**НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ НАУК УКРАИНЫ**
**ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ**

**Квалификационная научная работа на правах рукописи**

**ПЛЮЩ АЛЕКСАНДР НИКОЛАЕВИЧ**

УДК 316.771:316.324.8

**ДИССЕРТАЦИЯ**

# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

19.00.05 – социальная психология, психология социальной работы

Подается на соискание научной степени доктора психологических наук

Диссертация содержит результаты собственных исследований. Использование идей, результатов и текстов других авторов имеют ссылки на соответствующий источник

_____ А.Н. Плющ

**Научный консультант**: член-корреспондент НАПН Украины, доктор психологических наук, профессор В А. Татенко

Киев – 2018

## Аннотация

*Плющ А.Н.* Социально-психологические механизмы информационного влияния в постиндустриальном обществе. – Квалификационная научная работа на правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени доктора психологических наук по специальности 19.00.05 – социальная психология, психология социальной работы. – Институт социальной и политической психологии НАПН Украины, Киев, 2018.

В диссертации разработана синергетическая концепция информационного влияния в постиндустриальном обществе. Человечество на рубеже XX – XXI веков перешло в новую стадию своего развития, в которой кардинальные общественные перемены связаны с информационными и коммуникационными технологиями. Для ее обозначения используется целый ряд определений, основные из которых «постиндустриальное общество», «информационное общество», «общество знания», «коммуникативное общество», «программируемое общество». Постиндустриальное общество предполагает новые формы социализации, основанные на свободном доступе к информации, нерегламентированных способах ее обработки и социального использования. Производство знаков и знаковых систем, выражающих смыслы и задающих цели жизнедеятельности, становится ведущим сектором инновационной экономики и политики, позволяя управлять массовым поведением индивидуальных субъектов. В связи с тем, что в обществе существует настроенность на постоянное потребление информации, возникает соблазн управления процессами конструирования виртуальной реальности путем контроля над информационными потоками.

Учитывая множественность уже существующих теоретических и методологических подходов к изучению процессов информационного влияния, автором обосновано применение синергетического подхода, который позволяет анализировать социальные явления и процессы с мультипарадигмальных

позиций. В рамках этого подхода исследователь при анализе целого изучает согласованное взаимодействие его частей, образующих сложноорганизованную целостность, функционирующую на основе процессов самоорганизации.

Применение синергетической методологии позволяет расширить рамки анализа исследуемых явлений по сравнению с системным подходом. Совместный анализ сложности среды функционирования и сложности структурной организации системы дополняется учетом сложности самоорганизации системы во времени. В изменяющейся среде система, оставаясь собой, «доопределяет» собственное предназначение в метасистеме. Примером такого способа теоретического моделирования может служить создание текста, когда автор конструирует сложноорганизованную структуру в соответствии с собственным замыслом, который может трансформироваться в ходе написания текста.

Приведено синергетическое понимание основных используемых понятий: общества, дискурса, информации, коммуникации, информационного влияния. Общество рассмотрено как совокупный текст поколений, который (ре)конструируется субъектами общества в процессе их жизнедеятельности. Этот текст воспроизводится в соответствии с замыслом, функцию которого выполняет социетальный дискурс. Этот дискурс, в свою очередь, представляет непрерывно обновляемый текст, порождаемый субъектами общества в их коммуникациях.

В сложноорганизованном обществе субъект способен конструировать внутренний мир по подобию организации социального мира, в деятельность которого он включен. Для обозначения конструкций внутреннего мира используются разнообразные термины – имплицитная теория, интенциональная картина мира, когнитивная карта, установка, социальные представления, схемы, сценарии, скрипты, стереотипы, фреймы и др. Автор для этой цели использует термин «дискурс», который определен как текст замысла текста жизнедеятельности субъекта. В ходе социализации индивидуальный субъект усваивает версию социетального дискурса, на основе которой выстраивает собственную жизнедеятельность. Наблюдается круговая причинность:

конструирование дискурса индивидуального субъекта обусловлено социетальным дискурсом в соответствии с которым организована жизнедеятельность общества, в то же время, субъект на основе имеющегося у него дискурса обновляет (реконструирует) содержание социетального дискурса.

Информация рассмотрена как текст, который представляет собой артикулированный фрагмент дискурса субъекта влияния. Информация являет собой последовательность знаков, которой автор текста придает смысл в рамках целей субъекта влияния. При этом коммуникация предстает как обмен знаками, взаимодействие субъектов, конструирование совместного дискурса, а участники коммуникации находятся в трех ролевых позициях – авторов информации, участников коммуникации, соавторов совместного дискурса. В результате возникает расширенное понимание ситуации информационного влияния: потребление информации индивидуальными субъектами сменяется анализом субъект-субъектных коммуникаций вплоть до понимания социальных коммуникаций как процесса коррекции социетального дискурса, направленного на конструирование жизнеспособного общества. Анализ дискурсивного взаимодействия субъектов общества подразумевает, что они, реализуя в ходе коммуникации частные цели, конструируют совместный дискурс, являющийся частью социетального дискурса. Происходит «коммуникация в коммуникации», когда коммуникация субъектов является частью процесса воспроизводства социетального дискурса. Получение информации запускает процессы самоорганизации потребителя информации, группового субъекта коммуникации, общества в целом. Влияя информацией на индивидуальных субъектов, можно воздействовать на социетальный дискурс, трансформируя программу жизнедеятельности общества.

Предложено понимание информационного влияния как деятельности по продвижению дискурса, направленной на усвоение потребителем фрагментов дискурса субъекта влияния, транслируемого в информации. Это влияние одновременно анализируется как интенция субъектов, предполагаемый результат их взаимодействия, один из процессов самоорганизации общества.

Сконструирована модель психологических механизмов восприятия информации, обладающая масштабной инваринтностью. Эти механизмы позволяют потребителю реконструировать фрагменты дискурса, заложенные в информации. Заданы базовые механизмы: распознавание, понимание, антиципация, которые применяются к различным структурным элементам текста: знакам смыслам, целям, выделенными потребителем информации.

В соответствии с синергетическим пониманием рассмотрены три социально-психологических механизма информационного влияния: конструирование знакового текста информации, создание социального контекста коммуникации, программирование дискурса потребителя информации. Деятельность по созданию социального контекста ситуации коммуникации развертывается в двух измерениях, включая в себя организацию метатекста (информационного потока) субъекта влияния и организацию социального пространства, в котором происходит взаимодействие субъектов. Деятельность по программированию дискурса осуществляется в трех измерениях: путем организации жизнедеятельности потребителя информации, конструирования его пространства социальных коммуникаций, организации его аутокоммуникации.

Предложенная синергетическая модель социально-психологических механизмов информационного влияния обладает масштабной инвариантностью, три социально-психологические механизмы слиты в единое целое и действуют на потребителя одновременно, но каждый из них, в свою очередь, организован по подобию текста, составленного из дискретных элементов. Эти механизмы представляют сложноорганизованную деятельность субъекта влияния, развертывающуюся в зависимости от глубины планирования и сложности организации этой деятельности. При этом непосредственное информационное влияние опосредовано социальным влиянием автора информации и индуцированным влиянием дискурса субъекта влияния, которые запускают процессы самоорганизации потребителя информации.

Отмечена комплементарность организации социально-психологических механизмов информационного влияния и психологических механизмов

восприятия информации. Если субъект информационного влияния осуществляет сборку текста(ов), то потребитель начинает восприятие информации с деконструкции текста(ов): выбор элементов – распознавание элементов; соединение элементов – демонтаж целого на части, позволяющий понимать связи элементов в выделенных контекстах; задание логики конструирования целого в соответствии с целями – антиципация целей организации целого. Взаимодополняемость этих процессов предоставляет возможность осуществления информационного влияния, приводящего к «усвоению» фрагментов транслируемого дискурса.

Выявлено, что исследование эффективности информационного влияния как оценки деятельности субъекта влияния по продвижению его дискурса включает в себя анализ: затраченных усилий субъекта влияния, полученных результатов (изменений, произошедшие с аудиторией), достигнутых целей. Приведен ряд факторов, способных нивелировать эффективность деятельности по продвижению дискурса субъекта влияния: проблемы в организации информационной кампании, успешное противодействие оппонентов, изменение значимости предлагаемого дискурса.

Технологии информационного влияния рассмотрены как деятельность по конструированию механизмов информационного влияния, как «деятельность над деятельностью», которая обеспечивает продвижение дискурса субъекта влияния. Современные информационные технологии оказываются не только техническим средством доставки информации, но одновременно являются инструментом влияния, способствующим реконструкции социетального дискурса. Выделены следующие типы технологий информационного влияния:

– информационные (конструирование информационных текстов);

– социальные (конструирование социальных структур, создающих и распространяющих информацию, и группового субъекта ситуации коммуникации);

– ментальные (деятельность по программированию социетального дискурса, которая осуществляется в различных сферах его функционирования:

жизнедеятельности общества, пространства социальных коммуникаций, самоорганизации социетального дискурса).

Выявлено, что стратегии информационной безопасности общества предусматривают наличие у него качественного социетального дискурса. Условиями, критериями и результатами функционирования качественного дискурса являются эффективно функционирующее («здоровое») общество, управление пространством социальных коммуникаций, управление (ре)конструированием социетального дискурса. В условиях глобализации основами информационной безопасности общества на международной арене являются его технологическая конкурентоспособность; способность участвовать в организации международных союзов, создающих системы коллективной безопасности; участие в конструировании дискурса глобализации в качестве одного из его авторов.

**Ключевые слова**: коммуникация, синергетический подход, текст, информация, автор, дискурс, информационное влияние.

ANNOTATION

**Plyushch A.N. Socio-psychological mechanisms of information influence in a post-industrial society.** – Qualifying scientific research. Manuscript.

The dissertation for the Doctor degree of Psychological Sciences in specialty 19.00.05 – Social Psychology, Psychology of Social Work. – Institute for Social and Political Psychology of National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv, 2018.

In the dissertation, the synergetic conception of informational influence in post-industrial society is worked out. At the turn of the 20$^{th}$ and 21$^{st}$ centuries humanity proceeded to the new stage of its development, in which cardinal social changes are connected with informational and communicational technologies. A wide range of terms is used for its denotation, for example “post-industrial society”, “informational society”, “society of knowledge”, “communicational society”, “programmed society”. Post-

industrial society provides new forms of socialization, based on free access to information and unregulated forms of its processing and social usage. Production of signs and sign systems, expressing meanings and creating goals of livelihood, is now the main sector of innovational economy and policy. It helps to manage over the mass behavior of individual subjects. Due to the fact that society moves to the permanent consumption, there is a temptation of superintendence over the processes of creating of virtual reality by setting control over informational flows.

After having considered into account the variety of modern theoretical and practical methods of informational influence process` learning, the author argues the usage of synergetic approach that allows analyzing social phenomena and processes basing on multiparadigmality. While using this approach in order to learn the integrity, the researcher has to analyze the coordinated interaction between its parts, which form complex self-organized integrity.

Using the synergetic methodology helps to broaden the scopes of analysis in comparison to the systematical approach. Cumulative analysis of complex sphere of the system`s functioning and its structural organization is supplemented by taking into account its difficult self-organization. In changing surroundings, each system, besides remaining the same, determines its own function in the meta-system. The example of such way of theoretical modeling is the creation of the text, when the author designs complex structure according to his own plan, which can be changed during writing the text.

The understanding of main terms (society, discourse, information, communications, and informational influence) has been given. Society has been regarded as the collective text of generations, which is (re)constructed by the subjects of society during their livelihood. This text is reproduced according to the intention, e.g. societal discourse. This discourse is a permanently updated text, generated by society subjects in their communication.

In the complex-organized society, the subject can create his inner world in the same way as the social world he is included in is organized. To name the process of the inner world designing different terms are used (implicit theory, intentional world image,

cognitive map, social arrangements, schemes, scripts, frames etc.). In order to name it the author uses the term “discourse”, which is defined as the textual intention of the text of subject`s livelihood. During his socialization individual subject learns the social discourse version, basing on which he creates his own livelihood. The sequential causality can be seen, because the designing of the discourse of individual subject depends on the societal discourse in accordance with social livelihood. At the same time, the subject refreshes (reconstructs) the content of the societal discourse based on his individual discourse.

Information is regarded as the text, which is an articulated fragment of the discourse of the subject of influence. Information is a certainly arranged range of signs, whom the author (within the confines of influential subject`s purposes) gives meaning to. At the same time, communication appears to be the sign exchange, an interaction between the subjects, constructing of common discourse. The members of communication can remain in three different role positions, such as the author of information, the member of communication and the co-author of mutual discourse. As a result, there arises an expanded understanding of the situation of informational influence. Informational consuming by individual subjects is replaced by the analysis of subject-subject communication, even to the point of understanding of social communications as the process of correction of societal discourse, which leads to creating of viable society. Analysis of discursive interaction between social subjects means that while achieving private goals in communication, they are constructing the mutual discourse, a part of the societal discourse. A “communication in communication” is the situation when the communication between the subjects is the part of societal discourse`s reproduction. By influencing on individual subjects, one can affect over societal discourse and transform the livelihood program of the whole society.

There has been proposed the meaning of “informational influence” as discourse-striding activity, held in order for consumer to adopt the fragments of influential subject`s discourse, which is transmitted by information. This influence is meanwhile

analyzed as an intention of the subjects, an expected result of their interaction, one of the processes of society`s self-organization.

The model of psychological mechanisms of perception of information has been created. It possesses a great invariance (self-similarity). These mechanisms allow the consumer to reconstruct the fragments of discourse, underlying in information. There have also been given basic principles, such as recognition, understanding, and anticipation. They can be used as applied to the different structural parts of the text (signs, meanings, purposes), excreted by information`s user.

According to the synergetic approach, three socio-psychological mechanisms of informational influence have been described. They are the designing of sign-made text of information, the creating of communicational social context, and the programming of informational consumer`s discourse. The activity, directed to create the social context of communication, unfolds in two dimensions, including meta-textual organization (informational flow) of influencing subject and organizing of social area, where the interaction between the subjects takes place. The activity of programming the discourse occurs in three dimensions, such as organizing of informational consumer`s livelihood, designing of his social communication area, and organizing of his self-communication.

Proposed synergetic model of socio-psychological arrangements of informational influence has a great invariance. Three socio-psychological mechanisms interflow into one integrity and affect the consumer simultaneously, but each of them is organized like the text, consisting of discrete elements. These mechanisms constitute complex and sophisticated influential subject`s activity, which is unrolled depending on the level of planning and the difficulty of how this activity is organized. At the same time, informational influence is mediated by social impact of the author of information and inducted effect of influential subject. They start the self-organizing of the consumer of information.

Complementarity between the organizing socio-psychological mechanisms of informational influence and psychological mechanisms of informational perception is emphasized. If the subject of informational influence composes the text, consumer begins the perception from the deconstruction of the text (-s). Such oppositions are

selection of elements and recognition of elements, linking the elements and dismantling the integrity into pieces (which helps to understand the connection between the elements in allotted contexts), determination of logical designing of the integrity according to the purposes and anticipation of purposes of organized integrity. Complementarity between these processes enables to implement informational influence by "digestion" of transmitted discourse`s fragments.

It has been detected, that to examine the effectivity of informational influence (to evaluate the influential subject`s activity in order to promote his own discourse) one needs to analyze the efforts used by the subject of influence, the results obtained (changes made in the audience), and the goals achieved. A range of factors that can destroy the effectivity of promotion of the subject of influence is given (problems in setting on the information campaign, successful counterwork provided by the opponents, changes in the importance of the discourse offered).

Technologies of informational influence have been described as activity committed in order to design the mechanisms of informayional influence, as „activity over activities", which provides the promotion of discourse of the subject of influence. Modern informational technologies turn out to be not only the technical means of carriage of information, but also the instrument of influence, that helps to reconstruct the societal discourse. There have been several types of technologies of informational influence identified. Those can be

- informational (designing of informational texts);
- social (designing of social structures, which create and spread information, and the group subject of communicational situation);
- mental (activity held in order to program the societal discourse in different srheres of its functioning, such as the livelihoood of society, the space of socail communication, and self-organizing of societal discourse).

It has been discovered, that the strategies of informational security of the society provide for existence of high-guality societal discourse. The conditions, criteria and results of qualitative discourse are effectively-functioning („healthy") society, management over the space of social communications, management over the process of

(re-)constructioning of societal discourse. Under the sircumstances of globalization, the foundations of informational security of the society in the international arena are its technological competitive abilities, its capacity to take part in the creation of international unions producing the systems of collective security, its participation in the process of designing the globalization discourse being one of its author.

***Key words:*** Communication, Synergetic Approach, Text, Information, Author, Discourse, Information Influence.

Список опубликованных автором работ по теме диссертации

**А) Научные работы, в которых опубликованы основные результаты диссертации**

*1. Монография*:

1. Плющ А. Н. Социально-психологические механизмы информационного влияния : монография / А. Н. Плющ. – Нежин: Аспект-Поліграф, 2017. – 244 с.

*2. Статьи в научных изданиях, включенных в перечень, утвержденный МОН Украины*:

2. Плющ А. Н. Концептуальная модель системы политических установок индивидуальных субъектов / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К. : Міленіум, 2005. – Вип. 4. – С. 72–80.

3. Плющ О. М. Трансформація ролі ЗМІ в умовах глобалізації / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2007. – Спецвипуск. – С. 62–71.

4. Плющ А. Н. Информационное воздействие на стержневые компоненты системы политических установок / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2007. – Вип. 15 (18). – С. 201–211.

5. Плющ А. Н. Коллизии политической субъектности / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук

України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2007. – Вип. 17 (20). – С. 280–286.

6. Плющ А. Н. Феноменология политической деятельности с позиции субъектного подхода / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К. : Міленіум, 2008. – Вип. 7. – С. 123–132.

7. Плющ О. М. Інформаційні маніпуляції як можливість для саморозвитку / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2009. – № 3. – С. 40–50.

8. Плющ А. Н. Восприятие художественного текста как проблема / А. Н. Плющ // Психологічні науки: проблеми і здобутки : збірник наук. статей Київ. міжнар. університету й Ін-ту соц. та політ. психології НАПН України. – К., 2010. – Вип. 1. – С. 142–157.

9. Плющ А. Н. Роль тезауруса при анализе политического текста / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць; Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Міленіум, 2010. – Вип. 10. – С. 250–260.

10. Плющ О. М. Інформаційний вплив на ментальні структури суб'єкта / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2011. – № 1. – С. 134–144.

11. Плющ А. Н. Эффекты информационного влияния политических субъектов: проблема измерения / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць; Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Міленіум, 2011. – Вип. 12. – С. 225–234.

12. Плющ А. Н. Конструирование образа социального проекта / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2011. – Вип. 28 (31). – С. 287–297.

13. Плющ А. Н. Технологии конструирования позитивного образа политических субъектов / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2011. – Вип. 94. – Серія «Психологічні науки». – Т. 2. – С. 83–90.

14. Плющ А. Н. Конструирование образа страны потенциальными эмигрантами / А. Н. Плющ // Психологічні перспективи. – 2012. – Спецвипуск. – Т. 2. – С. 49–58.

15. Плющ О. М. Просування експертними організаціями дискурсу політичних суб'єктів / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2012. – № 1-2. – С. 204–215.

16. Плющ А. Н. Информационное влияние: смысловые трансформации понимания / А. Н. Плющ // Практична психологія та соціальна робота. – 2012. – № 7. – С. 64–70.

17. Плющ А. Н. Синергетическая модель организации вербальной информации / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2012. – Вип. 103. – Серія «Психологічні науки». – Т. 2. – С. 67–72.

18. Плющ А. Н. Групповая дискуссия как элемент технологий формирования представлений о модернизационных процессах в обществе / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 32 (35). – С. 262–277.

19. Плющ А. Н. Программирование социального дискурса / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 33 (36). – С. 244–256.

20. Плющ А. Н. Модель функционирования общественного мнения / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць; Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Толком, 2013. – Вип. 14. – С. 29–38.

21. Плющ А. Н. Методологические аспекты синергетики / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2014. – Вип. 121. – Серія «Психологічні науки». – Т. 2. – С. 88–94.

22. Плющ О. М. Суб'єкт в сучасній психології: синергетична методологія аналізу / О. М. Плющ // Педагогічний процес: теорія і практика (серія психологія). – 2017. – № 1 (56). – С. 34–39.

*3. Статьи в зарубежных периодических научных изданиях, включенных в международные наукометрические базы данных*:

23. Плющ А. Н. Конструируемый текст идентичности / А. Н. Плющ // Вопросы психологии. – 2018. – № 1. – С. 28–39.

24. Плющ А. Н. Связь субъективной картины мира с эмиграционными намерениями / А. Н. Плющ, Н. И. Басманова, А. А. Лисневская // Вопросы психологии. – 2014. – № 6. – С. 52–65.

25. Плющ А. Н. Нелинейная модель мотивационной сферы личности / А. Н. Плющ, В. А. Бодров, Г. В. Ложкин // Психологический журнал. – 2001. – № 2. – С. 90–-100.

26. Плющ А. Н. Среда, полисубъектная среда, сообщество коллективных субъектов / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. – 2015. – № 1–2. – С. 67–77.

27. Плющ А. Н. Психологические механизмы восприятия информации / А. Н. Плющ // Информационные войны. – 2016. – № 4(40). – С. 90–98.

28. Плющ А. Н. Динамика представлений о будущем у студентов вуза [Электронный ресурс] / А. Н. Плющ, Т. Ю. Кирилина // Социально-гуманитарные технологии. – 2016. – № 2. – С. 100–108. – Режим доступа: http://sgtjournal.ru/wp-content/uploads/2016/08/14.02.Окончательный-вариант-202.pdf

**Б) Научные работы, которые свидетельствуют об апробации материалов диссертации**

29. Плющ А. Н. Об информационном влиянии политических субъектов на электорат / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 77–86.

30. Плющ А. Н. Семантическое пространство восприятия студентами Украины интеграции с Европейским союзом или единым экономическим пространством / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2013. – № 5. – С. 110-121.

31. Плющ А. Н. Синергетическая модель организации общества / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2014. – № 10. – С. 14–22.

32. Плющ А. Н. Моя хата с краю (опыт реконструкции языковой картины мира) / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2016. – № 2. – С. 136–147.

33. Плющ А. Н. Социальное управление в информационном обществе / А. Н. Плющ // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. – 2017. – № 3 (17). – С. 12–20.

34. Плющ А. Н. Представления о собственном будущем студентов России и Украины / А. Н. Плющ, Т. Ю. Кирилина, О. В. Петрунько // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2017. – Вып. 2. – С. 294–303.

35. Плющ А. Н. Дискурс постсоветских стран: западня постколониального мышления / А. Н. Плющ // Труды РАШ. – 2018. – Вып. 15. – С. 156–168.

36. Плющ А. Н. Содержательная валидность психосемантических методик в политической психологии / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – К. : Золоті ворота, 2012. – Вип. 13. – С. 85–97.

37. Плющ А. Н. Консолидирующий потенциал субъектов общества / А. Н. Плющ // Коммуникативные платформы для социальных и медийных инноваций. Материалы 1-й Международной научно-практической конференции. – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – С. 132–141.

38. Плющ А. Н. Качество социетального дискурса как потенциал консолидации социума / А. Н. Плющ // Социология жизни: теоретические основания и социальные практики. – М.: РГГУ, 2016. – С. 108–118.

**В) Научные работы, которые дополнительно отражают научные результаты диссертации**

39. Плющ А. Н. Дискурсивная практика информационного пространства / А. Н. Плющ // Наук. записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – Вип. 36 : Курасівські читання – 2007 : Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії. – К.: Знання України, 2007. – С. 240–246.

40. Плющ А. Н. Синергетическая концепция организации мышления / А. Н. Плющ // Психология человека в современном мире. – Т. 2. (Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С. Л. Рубинштейна, 15–16 октября 2009 г.) – М.: Изд-во Институт психологии РАН, 2009. – С. 252–258.

41. Плющ А. Н. Способы организации целого как методологическое основание / А. Н. Плющ // Вестник интегративной психологии. – 2010. – Вып. 8. – С. 59–61.

42. Плющ А. Н. Синергетическая методология и теория политической психологии / А. Н. Плющ // Теория и практика российской политической психологии. Материалы научной конференции, посвященной 20-летию кафедры политической психологии СПбГУ, Санкт-Петербург, 23–24 октября 2009 года. / под науч. ред. проф. А. И. Юрьева. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2009. – С. 177–181.

43. Плющ А. Н. Эвристический потенциал синергетической методологии в психологии / А. Н. Плющ // Психологія у суспільстві, що трансформується: матеріали Харківських Міжнародних психологічних читань, присвячених пам'яті О. М. Лактіонова. Квітень 2010 року. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 403–408.

44. Плющ А. Н. Конструирование образа России молодежью Украины / А. Н. Плющ // Дневник Алтайской школы политических исследований. – 2012. – № 28. – С. 122–126. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ashpi.asu.ru/prints/pdf/dn28.pdf

45. Плющ А. Н. Конструирование совместного дискурса в сложноорганизованных сообществах / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. Сборник материалов IX международного научного симпозиума 17–18 октября 2013 г., Москва / Отв. ред. В. Е. Лепский – М.: Когито-центр, 2013. – С. 301–304.

46. Плющ А. Н. Механизмы информационного влияния / А. Н. Плющ // Развитие современной цивилизации: ответы на вызовы времени: сборник трудов по материалам международной научно-практической конференции 25 ноября 2015

года, г.о. Королев, МГОТУ / под общ. научн. ред. В. А. Смирнова – М.: Научный консультант, 2016. – С. 323–328.

47. Плющ А. Н. Самозащита в информационных войнах / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. Сборник материалов XI международного научного симпозиума 16–17 октября 2017 г., Москва / отв. ред. В. Е. Лепский – М.: Когито-центр, 2017. – С. 246–250.

# СОДЕРЖАНИЕ

**ВВЕДЕНИЕ** 21

**ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА** 34

1.1. Основные аспекты функционирования постиндустриального общества 34

1.2. Синергетическая парадигма: принципы нового мировидения социальных процессов 42

1.3. Синергетическое моделирование социальных процессов 67

Выводы к первой главе 87

**ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ПОДХОДА ПРИ АНАЛИЗЕ ПРОЦЕССОВ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ** 88

2.1. Информационное влияние в контексте коммуникации 88

2.2. Смысловые трансформации понимания коммуникации в исторической перспективе 95

2.3. Социально-психологический ракурс рассмотрения процессов информационного влияния 121

Выводы ко второй главе 124

**ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ СИНЕРГЕТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ** 126

3.1. Синергетический подход к пониманию информации 130

3.2. Синергетическая модель организации дискурса 140

3.3. Информационное влияние как продвижение дискурса субъекта влияния 151

Выводы к третьей главе 163

**ГЛАВА 4. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ** 165
4.1. Тринитарное понимание понятия «механизм» 165
4.2. Психологические механизмы восприятия информации 172
4.3. Синергетическая модель социально-психологических механизмов информационного влияния 187
Выводы к четвертой главе 230
**ГЛАВА 5. ИЗУЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ** 233
5.1. Результаты и эффективность информационного влияния 233
5.2. Изучение влияния информации на ее потребителей 243
5.3. Исследования трансформаций дискурсов групповых субъектов 251
Выводы к пятой главе 259
**ГЛАВА 6. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ** 261
6.1. Информационное сопровождение как компонент технологий социального проектирования 261
6.2. Примеры использования технологий информационного влияния 273
6.3. Обеспечение информационной безопасности общества 311
Выводы к шестой главе 345
**ВЫВОДЫ** 347
**ЛИТЕРАТУРА** 352
**ПРИЛОЖЕНИЯ** 391

# ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы.** Современная эпоха характеризуется тем, что генерирование, передача и интерпретация информации стали фундаментальными источниками производительности и власти. Усиливается воздействие информационно-коммуникационных технологий на все сферы человеческой деятельности. Достижения в области новых технологий, на которых основывается функционирование информационного общества, во многом изменили характер массовых коммуникаций. Особенностью коммуникационных процессов при глобализации является их технологическая сложность, обеспечивающая скорость и доступность коммуникаций и предоставляющая возможность конструирования информационного пространства, соавтором текста которого может быть каждый субъект. Все больше времени индивидуальные субъекты проводят в виртуальном пространстве, заменяя реальные контакты опосредованными. Средства массовой коммуникации из канала получения информации и пространства коммуникации трансформируются в одну из основных сфер жизнедеятельности, создавая особую информационную реальность, как принципиально новую среду пребывания современного человека. В связи с тем, что в обществе существует настроенность на постоянное потребление информации, возникает соблазн управления процессами конструирования виртуальной реальности путем контроля над информационными потоками.

В постиндустриальном обществе усиливается воздействие информационных технологий на все сферы человеческой деятельности. Зависимость социальных коммуникаций от использованных инструментов (информационных технологий) создает благодатную почву для внедрения новых механизмов управления социальными процессами, используя преимущества в овладении возможностями современных информационно-коммуникативных технологий. Возросшие объемы противоречивой информации затрудняют потребителю ее соотнесение с реальностью. Используя возможности

современных информационных технологий, субъекты влияния могут управлять потоками информации, оставаясь при этом скрытыми, что затрудняет понимание целей авторов информации. В связи с этим изучение социально-психологических механизмов информационного влияния, обеспечивающих преобразование целей субъектов влияния в действия потребителей информации, представляется вполне актуальным. Как указывается в научной литературе (З. Бжезинский, С. Г. Кара-Мурза, Г. Г. Почепцов и др.), использование информационных технологий для формирования общественного сознания может быть направлено не только на консолидацию общества, но и на дезорганизацию его жизнедеятельности. Понимание принципов действия социально-психологических механизмов информационного влияния позволит предложить основные направления практического обеспечения информационной безопасности постиндустриального общества.

Возрастающая технологическая сложность современных информационных носителей и постоянное совершенствование информационно-коммуникативных технологий создают возможности для разработки и внедрения принципиально новых механизмов информационного влияния. Современное состояние разработки проблемы механизмов информационного влияния характеризуется существованием множества подходов, опирающихся на различные методологические парадигмы, которые могут противоречить одна другой. Это предполагает создание в некоторой степени универсального теоретико-методологического конструкта, опираясь на который, социальная психология получает возможность использования нового оригинального подхода для изучения механизмов информационного влияния.

**Состояние изучения проблемы**. Сложность феномена информационного влияния, многовариантность форм его проявления, обусловливающих организацию процесса социального взаимодействия, привлекают внимание представителей самых разных дисциплин, круг которых неуклонно расширяется (социология, политология, социальная и политическая психология, культурология, журналистика, социальная философия, семиотика, герменевтика,

языкознание, лингвистика и др.). Возрастающая специализация наук приводит, с одной стороны, ко все более подробному и полному анализу, а с другой – к множественности (обратной стороной которой является фрагментарность) их теоретических и методологических подходов к изучению механизмов информационного влияния.

Достижение целей информационного влияния осуществляется в ходе коммуникации субъектов, которая рассматривается как взаимодействие субъектов посредством информации. В рамках информационно-ориентированных подходов информационное влияние анализируется как результат воздействия информации, под которой может пониматься и единичное информационное сообщение (его текст), и совокупность текстов (метатекст), и информационное пространство общества в целом (Дж. Брайант, С. Томпсон, И. М. Дзялошинский, М. Кастельс, Н. Н. Слюсаревский, П. Д. Фролов и др.). Рассматривая субъект-субъектное взаимодействие автора информации и ее потребителя, приходится учитывать организацию социального контекста, обусловливающего процессы межсубъектного взаимодействия в ситуации коммуникации (Ф. Зимбардо, П. Лазарсфельд, Э. Ноэль-Нойман, Г. Г. Почепцов, В. А. Татенко, Р. Чалдини и др.). Эффективность информационного влияния обусловлена способностью потребителя информации самостоятельно интерпретировать информацию, усваивать переданные смыслы, реконструировать цели субъекта влияния (Т. З. Адамьянц, ван Т. А. Дейк, Т. М. Дридзе, С. Московичи и др.).

Различные аспекты коммуникации, обусловливающие процессы информационного влияния, предполагают междисциплинарность ее изучения. В качестве составных частей наук, занимающихся физическим описанием информации, ее знаковым воплощением, приемами и способами конструирования текстов выступают такие дисциплины, как языкознание, лингвистика, журналистика и др. (А. Н. Баранов, Р. Блакар, И. Т. Касавин, В. В. Налимов, Ф. де Соссюр, Ю. С. Степанов и др.). Смысловым, ценностным, целевым аспектам информации уделяется внимание в семиотике, герменевтике, теории речевых актов и др. (Р. Акофф, Т. З. Адамьянц, Д. Лакофф, Ю. М. Лотман, Дж. Остин,

Ч. Пирс, П. Рикер и др.). На социальные контексты ситуации коммуникации обращается большое внимание в таких научных дисциплинах, как социология, политология, коммуникология, социальная и политическая психология, социальная философия и др. (П. Бурдье, Ж. Бодрийяр, Э. Гидденс, Д. В. Ольшанский, Х. Ортега-и-Гассет, Ю. Хабермас, Ф. И. Шарков и др.). Коммуникация как ресурс для процессов самоорганизации субъекта и конструирования его дискурса рассматривается в психологии, культурологии, теориях самоорганизации и социального конструктивизма, в теориях дискурса и др. (В. И. Аршинов, Е. Н. Князева, М. Л. Макаров, С. Московичи, В. Ф. Петренко, У. Эко и др.).

Многообразие существующих теорий, опирающихся на разные подходы, предполагает анализ механизмов информационного влияния, осуществляемого в ходе социальных коммуникаций, с мультипарадигмальных позиций. В постнеклассической науке отмечен феномен синергетики, которая, преодолевая междисциплинарный статус, претендует на статус философско-методологического подхода (В. И. Аршинов; Р. Г. Баранцев; В. В. Василькова, Г. Хакен, Е. И. Ярославцева и др.). В связи с этим именно применение синергетического подхода позволит раскрыть как общие закономерности социально-психологических механизмов информационного влияния, так и конкретные, присущие современному этапу развития информационного общества.

Диссертационная работа выполнена в рамках тем научных исследований «Соціально-психологічні механізми формування консолідованої громадської думки щодо освітніх та суспільних реформ» (2013-2015 рр., номер державної реєстрації 0113U002134) и «Організаційні форми та методичні засоби психотехнологічного супроводу освітніх та суспільних реформ» (2016 – 2018 гг., номер державної реєстрації 0116U003301) лаборатории социально-психологических технологий Института социальной и политической психологии НАПН Украины. Тема диссертации утверждена на заседании Ученого совета Института социальной и политической психологии НАПН Украины (протокол № 5/14 от 27 марта 2014 года) и согласована в бюро Межведомственного совета по

координации научных исследований в области педагогики и психологии НАПН Украины (протокол № 5 от 27 мая 2014 года).

**Объект исследования** – информационное влияние в процессе социальной коммуникации.

**Предмет исследования** – социально-психологические механизмы информационного влияния в постиндустриальном обществе.

**Целью исследования** являются теоретико-методологическое обоснование и определение в рамках синергетической концепции информационного влияния основ функционирования социально-психологических механизмов информационного влияния и направлений обеспечения информационной безопасности общества.

Для достижения этой цели поставлены следующие **основные задачи исследования:**

1. Предложить методологический и методический инструментарий для исследования процессов социальной коммуникации в постиндустриальном обществе, который позволит интегрировать различные подходы к изучению социально-психологических механизмов информационного влияния.

2. Провести анализ и раскрыть особенности существующих подходов к изучению процессов коммуникации, в ходе которых осуществляется информационное влияние и проявляются его механизмы.

3. Разработать синергетическую концепцию информационного влияния.

4. Построить модель социально-психологических механизмов информационного влияния в рамках предложенной концепции.

5. Раскрыть способы определения и показатели эффективности информационного влияния.

6. Проанализировать использование технологий информационного влияния в постиндустриальном обществе как возможности продвижения целей субъекта влияния.

7. Предложить основные направления обеспечения информационной безопасности общества.

**Теоретическая и методологическая основа исследования.** Методологическую основу диссертационного исследования составляет синергетика как постнеклассическая научная методология, использование которой предполагает рассмотрение природных явлений и процессов на основе принципов самоорганизации сложноорганизованных систем. При этом опираемся на классические и современные труды отечественных и зарубежных ученых: В. И. Аршинова, А. А. Богданова, В. Г. Буданова, И. С. Добронравовой, Е. Н. Князевой, С. П. Курдюмова, И. Пригожина, И. Стенгерс, Г. Хакена и др. В связи с пониманием автора, что дискурс является продуктом социального и культурного конструирования, в работе используются основные положения социального конструктивизма, которые отражены в исследованиях П. Бергера, Т. Лукмана, Ф. Варелы, У. Матураны, К. Дж. Джерджена, Дж. Келли, В. Ф. Петренко, Р. Харре и др.

Логика исследования порождает необходимость анализа социального контекста процессов информационного влияния, то есть изучения теорий современного общества. Они представлены в трудах З. Баумана, Д. Белла, З. Бжезинского, Э. Гидденса, М. Г. Делягина, В. Л. Иноземцева, М. Кастельса, А. И. Ракитова, Э. Тоффлера, А. Турена, Ф. Уэбстера и др.

Теоретическую основу исследования составляют принципы исследования социальной коммуникации, разработанные в трудах крупнейших отечественных и зарубежных философов, социологов и психологов, таких как Л. С. Выготский, Ж. Бодрийяр, П. Бурдье, Н. Луман, С. Московичи, Г. Г. Почепцов, Ю. Хабермас, М. Фуко, Р. Харрис, У. Эко и др. Коммуникация рассматривается не только как передача информации или обмен ею, но и как процесс достижения целей автора информации. Такое понимание коммуникаций приводит к опоре на субъектный подход в анализе процессов социальной реальности. Этот подход реализуется в работах К. А. Абульхановой-Славской, Л. И. Анциферовой, А. В. Брушлинского, А. Л. Журавлева, В. Е. Лепского, В. А. Татенко и др.

Еще один блок работ включает в себя исследования, в которых непосредственно анализируются различные аспекты информационного влияния:

основные его виды – пропаганда, манипуляции, информационные войны, использующие различные инструменты влияния, подразумевающие и разные способы противодействия этому влиянию. Это работы таких авторов, как Т. З. Адамьянц, Г. В. Грачев, ван Т. А. Дейк, Е. Л. Доценко, Т. М. Дридзе, С. Г. Кара-Мурза, Ю. М. Лотман, М. Л. Макаров, Г. Г. Почепцов и др.

**Методы исследования**. Для решения поставленных задач и обеспечения достоверности основных положений и выводов использовались следующие теоретические методы исследования:

– *аксиоматический*, в основе которого лежит конструирование теорий посредством логического вывода из аксиом, – для создания универсального теоретико-методологического конструкта, предоставляющего возможность целостного понимания механизмов информационного влияния; *контекстуальный* – для расширения рамок анализа информационного влияния; *синергетика* как трансдисциплинарный метод, позволяющий преодолевать парадигмальную множественность существующих подходов, – для рассмотрения информационного влияния как самоорганизации потребителя информации, группового субъекта коммуникации, общества в целом.

**Научная новизна исследования** заключается в том, что осуществлено теоретическое обобщение и предложено новое решение научной проблемы функционирования социально-психологических механизмов информационного влияния, которое позволяет интегрировать различные подходы к изучению информационного влияния в вариант универсального теоретико-методологического конструкта.

*Впервые*:

– в основу понимания самоорганизационных синергетических процессов положен принцип конструирования текста, который автор выстраивает в соответствии с собственным замыслом;

– предложено синергетическое понимание основополагающих понятий предлагаемой концепции информационного влияния, а именно: дискурс определен как текст жизненного проекта в тексте жизнедеятельности субъекта,

информация – как фрагмент дискурса субъекта влияния, информационное влияние – как продвижение дискурса субъекта влияния;

– разработана синергетическая концепция информационного влияния, в рамках которой оно организовано по принципу текста, когда информационное влияние развертывается в непосредственное влияние информации, опосредованное влияние автора информации, индуктивное влияние дискурса автора информации, которые приводят к активизации процесса самоорганизации потребителя информации, группового субъекта коммуникации, общества в целом как результата информационного влияния;

– сконструирована синергетическая модель социально-психологических механизмов информационного влияния, в которой текстовый принцип организации социально-психологических механизмов (информационной, социальной, ментальной природы) воспроизводится в функционировании этих механизмов, что представлено в модели как свойства масштабной инвариантности;

– выявлена комплементарность организации социально-психологических механизмов информационного влияния и психологических механизмов восприятия информации: если субъект информационного влияния осуществляет сборку текста(ов), то потребитель начинает восприятие информации с деконструкции текста(ов).

*Углублены* научно-теоретические положения о применении синергетического подхода и возможности его использовании в социальной психологии в части исследования социально-психологических механизмов информационного влияния в постиндустриальном обществе и создания универсального теоретико-методологического конструкта, который интегрирует различные подходы к изучению информационного влияния.

*Дальнейшее развитие* получили представления:

– о стратегии информационной безопасности общества, которая в условиях информационной открытости и конкуренции стран при конструировании совместного проекта глобализации предполагает наличие качественного

социетального дискурса, что предусматривает обеспечение функционирования жизнедеятельности общества на должном уровне, управления пространством социальных коммуникаций, управления (ре)конструированием социетального дискурса;

– об основных направлениях обеспечения информационной безопасности общества, к которым отнесены: поддержание технологической конкурентоспособности государства, которое обусловлено высоким уровнем развития собственной науки, что позволяет противодействовать информационно-технологическим воздействиям других стран; способность организации международных объединений, создающих системы коллективной безопасности; участие в конструировании дискурса глобализации в роли одного из его авторов.

**Практическое значение полученных результатов.** Понимание социально-психологических механизмов информационного влияния позволит противостоять деструктивным информационным воздействиям и будет способствовать самоорганизационным процессам общества, направленности совместных усилий его субъектов на конструирование социетального дискурса. Положения и выводы диссертации пополнят сферу научного знания о социально-психологических механизмах информационного влияния, расширят основу для дальнейших теоретических и практических разработок этой проблемы.

Результаты исследования могут быть использованы для решения ряда задач прикладного характера в системе социального управления: при формировании стратегии развития общества; при информационном сопровождении модернизационных процессов; при конструировании консолидированного общественного мнения по поводу социальных преобразований. Эти результаты могут быть применены общественными и политическими организациями, СМИ, социальными институтами при организации собственной информационной деятельности. Помимо этого полученные результаты могут быть использованы в преподавании курсов общей и социальной психологии, социологии, спецкурсов по социальной коммуникации, социологии коммуникаций и др.

Результаты диссертационного исследования **внедрены**:

в учебный процесс психолого-педагогического факультета Национального университета «Черниговский коллегиум» имени Т.Г. Шевченко при преподавании курсов «Социальная психология», «Политическая психология», «Психология массового поведения» (справка о внедрении № 50 от 20.12.2017);

в образовательный процесс Центрального института последипломного педагогического образования ГВУЗ «Университет менеджмента образования» в процессе повышения квалификации руководящих кадров образования и практических психологов системы образования при проведении тематических дискуссий и учебных тренингов (справка о внедрении № 19-03 / 49 от 14.12.2017);

в учебный процесс подготовки студентов историко-юридического факультета (специальность «Политология» – - 052) и факультета социальной работы (специальность «Психология» – 053, «Менеджмент» – 073) Нежинского государственного университета имени Николая Гоголя (справка о внедрении № 05/205 от 22.12.2017);

в учебный процесс подготовки студентов кафедры психологии ВУЗ «Университет экономики и права «КРОК», материалы монографии используются в преподавании дисциплин «Психология конфликта», «Социальная психология» и «Психология манипуляции» студентам, обучающимся по специальности 053 (6.030120) «Психология», а также при написании курсовых, бакалаврских, магистерских работ (справка о внедрении № 97/13 от 23.01.2018);

в научную работу и образовательную практику Института педагогического образования и образования взрослых НАПН Украины, используются в исследованиях научных сотрудников, разработке учебных и тренинговых форм работы со взрослыми, в учебных программах подготовки соискателей высшего образования по направлению 05 «Социальные и поведенческие науки» по специальности 053 «Психология» и по направлению 01 «Образование / Педагогика» по специальности «Образовательные, педагогические науки» (справка о внедрении № 01-08 / 36 от 29.01.2018);

в учебный процесс Криворожского государственного педагогического университета при подготовке специалистов по направлениям 053 «Психология»,

используются преподавателями психолого-педагогического факультета в преподавании следующих дисциплин: «Социальная психология», «Основы теоретической психологии», «Активное социально-психологическое обучение» (справка о внедрении № 09/1 – 73/3 от 26.02.2018).

**Личный вклад соискателя**. Разработанные в исследовании теоретические положения принадлежат автору. Диссертация, монография и другие профессиональные публикации по этой проблеме, изданные в Украине, написаны без соавторов. В научных работах, изданных в зарубежных изданиях, авторство соискателя состоит в теоретическом анализе проблемы, обобщении известных концепций и экспериментальных результатов и их интерпретации в синергетическом ракурсе. Все идеи мировой и отечественной психологии, на которые опирался автор в исследовании, он использовал, ссылаясь на первоисточники.

**Апробация результатов исследования** совершалась на 33 всеукраинских, международных и зарубежных научных и научно-практических конференциях, методологических семинарах, симпозиумах, а именно: на ежегодной научной конференции Института социальной и политической психологии (2013, 2016, 2017); Всеукраинской научной конференции «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави» (Киев, 2005, 2008, 2011, 2017); научной конференции «Курасівські читання – 2007: Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії» (Киев, 2007); Всероссийской научной юбилейной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С. Л. Рубинштейна «Психология человека в современном мире» (Москва, 2009); Международной научной конференции «Теория и практика российской политической психологии» (Санкт-Петербург, 2009); VI Харьковским международным психологическим чтениям «Психологія в суспільстві, що трансформується», посвященным памяти А. Н. Лактионова (Харьков, 2010); Международной научно-методической конференции «Интегративная психология: теория и практика» (Ярославль, 2010); Первом Всеукраинском конгрессе по социальной психологии «Соціально-психологічна наука третього тисячоліття:

досвід, виклики, перспективи» (Киев, 2010); Всеукраинской научной конференции «Сіверянські соціально-психологічні читання» (Чернигов, 2011, 2012, 2014); Всеукраинской научно-практической конференции «Соціально-психологічні проблеми цілісності українського суспільства» (Черкассы, 2012); интернет-конференции «Современная Россия и мир: альтернативы развития (Информационные войны в международных отношениях)» (Барнаул, 2012); методологическом семинаре АПН Украины «Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив» (Киев, 2013); XXIV заочной международной научно-практической конференции «Инновации в науке» (Новосибирск, 2013); Международном научном симпозиуме «Рефлексивные процессы и управление» (Москва, 2013, 2015, 2017); Международной научно-практической конференции «Личность в изменяющихся социальных условиях» (Красноярск, 2013); Международной научно-практической конференции «Коммуникативные платформы для социальных и медийных инноваций» (Москва, 2014); Международной научно-практической конференции «Развитие современной цивилизации: ответы на вызовы времени» (Королев, 2015); Международной теоретико-методологической конференции «Социология жизни: теоретические основания и социальные практики» (Москва, 2016); Международной научной конференции «Общественное мнение и принятие политических решений на местном и глобальном уровнях: возможности и ограничения» (Москва, 2016); VIII международной конференции «Советский дискурс в современной культуре: постколониальный аспект проблемы» (Москва, 2016); Всероссийской научной конференции «Ковалевские чтения» (Санкт-Петербург, 2016, 2017); Пятой международной научно-практической конференции «Философия и культура информационного общества» (Санкт-Петербург, 2017); Всеукраинской научно-практической конференции «Психолого-педагогічне забезпечення громадської підтримки освітніх інновацій» (Киев, 2017).

**Публикации.** Основные положения и выводы диссертации представлены в 47 публикациях автора: одной монографии, 21 статье в научных

специализированных изданиях, включенных в список МОН Украины, 6 статьях в научных периодических изданиях других государств, включенных в международные наукометрические базы, 19 статьях и тезисах в других научных изданиях.

**Структура и объем работы.** Диссертация состоит из вступления, шести разделов, выводов и списка использованной литературы (469 наименований, из них 13 на иностранных языках). Общий объем работы составляет 400 страниц, основной смысл изложен на 351 странице. В диссертации 2 таблицы и 16 рисунков, которые занимают 10 страниц.

# ГЛАВА 1
# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

*Задается исследовательский инструмент познания процессов социального мира – синергетический подход, который в зависимости от поставленных задач и ракурса анализа может проявляться как общенаучная методология, междисциплинарный подход, метод исследования в конкретной области.*

## 1.1. Теоретическое понимание процессов функционирования постиндустриального общества

Мы живем в мире, что подразумевает неизбежное взаимодействие с ним. Всякая система имеет окружающую среду, и рассмотрение открытой системы предполагает учет состояния среды, в которую погружена система [Пригожин, 2001]. Исследователь для построения теоретической модели системы реконструирует контекст функционирования этой системы. Это утверждение применимо и к психологии, когда все психологические теории имеют явную или имплицитную предпосылочную основу, сформированную общими представлениями о природе общества [Юревич, 2006].

В соответствии с типами научной рациональности (классической, неклассической, постнеклассической) [Степин, 2000] условно выделим следующие подходы, отличающихся чувствительностью оптики рассмотрения общества как целостности: классический, структурный, конструктивистский.

В рамках классического подхода общество рассматривается как целостность, и анализ происходящих процессов осуществляется по отношению к социуму как единому целостному социальному организму. В таком обществе в роли единственного субъекта управления обычно выступает государство как институциональная структура (роль которой может выполнять монарх, вождь), которая осуществляет управление жизнедеятельностью общества.

Социологи анализируют общество как множество социальных групп (и/или субъектов), объединенных в единое целое (систему или с нарастанием сложности в «систему систем») [Луман, 2004; Хабермас, 2003]. Общество находится в состоянии динамического равновесия, при котором взаимодействия субъектов воспроизводят его структуру. В обществе, организованном как система, субъектом, управляющим жизнедеятельностью общества, является групповой (системный) субъект, в состав которого входит государство и другие влиятельные политические структуры (партии, финансово-промышленные группы и др.). Государство задает контекст функционирования общества, его имплицитный порядок, выполняя функцию согласования интересов влиятельных политических субъектов. Социальное управление, помимо обеспечения функционирования жизнедеятельности общества, включает и организацию коммуникаций группового субъекта.

В рамках конструктивистского подхода общество рассматривается как «воображаемое сообщество» [Андерсон, 2001], как (ре)конструируемый текст (у которого есть автор со своим замыслом), как совместный текст поколений (общество во времени) [Плющ, 2014с]. Общество воспроизводит свое предназначение во времени, следуя историческому замыслу, путем непрерывного обновления (преобразования) текста жизнедеятельности, коллективного автора, модели самоорганизации (социокультурного проекта общества). Эти модели самоорганизации опираются на разные парадигмы управления (субъект-объектную, субъект-субъектную, метасубъекта), обусловливающих состав лиц, принимающих решения, и степень их участия [Лепский, 2015]. В обществе, рассмотренном как текст, для каждого индивидуального субъекта существует возможность участвовать в конструировании текста социального проекта. Происходит переход от системы воспроизводства социального на уровне социальных действий и взаимодействий субъектов к уровню воссоздания представлений (систем знания) об обществе, которые конструируются из знаков, смыслов, целей субъектов как опосредующих социальные взаимодействия субъектов.

В жизни современного общества мир символических артефактов стал играть первостепенную роль. Информация, как все возрастающий объем сведений об окружающем мире, обществе и человеке, превращается в ресурс, с помощью которого открывается возможность неограниченного производства новых символов, знаков, значений и смыслов, из которых, собственно, и конструируется индивидуумами сама социальная реальность как информационно-коммуникативное пространство. Знания и информация, возможность манипуляции ими становятся решающими в управлении современным обществом, оттесняя на второй план экономический и политический детерминизм индустриального общества. Характерно, что именно в сфере информационных технологий разворачивается наиболее активная борьба за право управлять «культурными интересами» человечества, которая становится такой же напряженной и острой, как и борьба за территории и рынки сбыта в рамках индустриальной культуры [Костина, 2009].

Человечество на рубеже XX – XXI веков перешло в новую стадию своего развития, для обозначения которой используется целый ряд определений, основные из которых «постиндустриальное общество», «информационное общество», «общество знания», «коммуникативное общество», «программируемое общество» [Белл, 2004; Бехманн, 2010; Иноземцев, 2000; Кастельс, 2000; Тоффлер, 2004; Турен, 1986; Хабермас, 2003 и др.]. Каждый из этих терминов описывает лишь один из аспектов общества, которое приходит на смену индустриальному обществу, но все они фиксируют грядущий переход человечества к обществу, в котором кардинальные общественные перемены связаны с информационными и коммуникационными технологиями. Это обусловлено тем, информационное общество предоставляет технологические возможности для того, чтобы каждый индивидуальный субъект мог участвовать в конструировании текста социального проекта общества.

Изменения современного мира в первую очередь связаны с процессами глобализации, формирования постиндустриального общества, увеличением роли «скрытых» субъектов социального управления. В условиях глобализации для

многих граждан уходят на второй план базовые ценности предыдущего этапа развития обществ – построение успешно функционирующего суверенного государства, обеспечивающего качественные условия жизнедеятельности. На первый план выходят возможности самореализации индивидуумов в рамках единого мирового сообщества, когда роль государства сводится к организации вхождения в число стран, включенных в процессы глобализации. Сила государства проявляется в создании привлекательных образов будущего, что предоставляет возможности привлечения, удержания и конструирования социального капитала на своей территории, формируя новую конфигурацию экономических, политических и культурных факторов развития. Производство знаков и знаковых систем, выражающих смыслы и задающих цели жизнедеятельности, становится ведущим сектором инновационной экономики и политики, позволяя управлять массовым поведением индивидуальных субъектов.

Современное общество характеризуется небывалым до этого уровнем опосредования опыта людей средствами массовой коммуникации, когда сложные построения виртуальной (информационной) реальности доминируют над субъективными знаниями и непосредственными впечатлениями встреч с действительностью [Бодрийяр, 2006; Черных, 2007]. В аграрном обществе основу знаний составлял опыт взаимодействий человека с природой, в индустриальном – опыт непосредственного взаимодействия с людьми (обмена знаниями, в том числе в рамках социальных институтов). В информационном обществе система знаний отдельного индивида формируется на основе свободного доступа к информации, маскирующего опосредованную коммуникацию субъектов. По мнению отдельных исследователей, картина мира современного человека состоит из знаний, приобретенных посредством собственного опыта, лишь на 10–15 % [Костина, 2011]. Для успешной социальной и информационной адаптации в качественно изменившихся условиях субъект новой культуры вынужден постоянно обновлять свою собственную «базу данных». Основным же каналом получения информации, способом приобщения к миру, посредником в формировании культуры являются именно средства массовой коммуникации, творящие особую информационную

сферу, как принципиально новую среду пребывания современного человека [Костина, 2009]. Из канала получения информации и инструмента коммуникации средства массовой коммуникации (в частности, интернет) трансформируются в одну из основных сфер жизнедеятельности. Все больше времени индивидуальные субъекты проводят в виртуальном (символическом) пространстве, заменяя реальные контакты опосредованными.

И если во времена традиционного общества все коммуникационные системы рассматривались, прежде всего, как источник информации о подлинной реальности, во времена модерна – множественной реальности, то в эпоху постмодерна именно масс-медиа осуществляют симуляцию реальности, характеризующую современную культуру в целом [Бодрийяр, 2006; Бауман, 2008]. Используя современные средства коммуникации, субъект погружается в особую семиотическую сферу, выступающую по отношению к реальности пребывания в качестве виртуальной реальности, событийность при этом «реализуется исключительно в акте семиозиса и имеет исключительно перцептивно-символическую форму» [Костина, 2009]. Подобная тотальная семиотизация бытия и стремление знаковой сферы к обретению статуса единственной реальности выступают как принципиальная несоотносимость означающего с реальностью, имитация, «симуляция» подлинности [Барт, 1994; Бауман, 2008; Бодрийяр, 2013]. Рассмотрение информации как чисто технического средства, подверженного технологическим манипуляциям, приводит к обратно пропорциональной зависимости между увеличением информации и возможностью ее понимания. В связи с тем, что в обществе существует настроенность на постоянное потребление информации, возникает соблазн управления процессами конструирования виртуальной реальности путем контроля над информационными потоками.

Постиндустриальное общество предполагает новые формы социализации, основанные на свободном доступе к информации, нерегламентированных способах ее обработки и социального использования. Это общество предоставляет возможности неограниченных коммуникаций, позволяя каждому

человеку с помощью простых в использовании устройств распространять одновременно свои идеи среди многомиллионной аудитории, что может стать средством организации общественной жизни и активного участия в ней всех граждан. Информационное пространство, в частности интернет, становится не только средством получения информации, инструментом коммуникации, но и местом жизнедеятельности индивидуальных субъектов. Для многих из них эта сфера жизнедеятельности начинает превосходить другие (дом, семья, работа) по значимости и по количеству времени нахождения в ней. Учитывая, что символические пространства культуры непрерывно обновляются по сравнению с более инерциальным материальным миром, именно контроль над информационным пространством позволяет осуществлять социальное управление [Буданов, 2011].

Постиндустриальное общество, обретя невиданные ранее свободу и динамизм развития, обрело и новую степень уязвимости перед деструктивными факторами и различными социальными девиациями. В повседневной жизни общества возникают весьма мощные, технически вполне обеспеченные возможности манипулирования человеком с помощью информационных технологий. Переход к информационному обществу сопровождается деятельностью политических субъектов по «обольщению» общества, когда жесткие формы современных стратегий влияния на сознание сменяются мягкими, а управление сводится к соблазну [Кара-Мурза, 2000; Костина, 2009; Най, 2006]. В обществе, в котором использование информации становится одним из основных факторов социальных трансформаций, массы выступают не как «управляемые», а как «контролируемые», как утратившие способность даже ощущать факт манипулирования [Костина, 2009; Бодрийяр, 2000]. И власть, и общество становятся заложниками сформированного общественного мнения, представленного в информационном пространстве [Плющ, 2013с].

Постиндустриальное общество характеризуется невиданным усложнением социальной организации, интенсификацией культурных связей и обменов, ростом культурного многообразия, отходом от унификации и стандартизации. Новый тип

культуры предполагает серьезные социокультурные изменения и, прежде всего, новые принципы взаимодействия людей и их организации (замену форм общения на прием и передачу информации, отсутствие иерархической соподчиненности элементов социальной системы, широкое развитие горизонтальных связей, «размытые» социальные структуры и т.д.) [Астафьева …]. Децентрализация обществ обусловливает полисубъектность и множество потенциальных источников информации, деятельность которых ведет, с одной стороны, к избыточности информации (большая часть массива данных во многих источниках дублируется), с другой – к ее фрагментарности (ограничившись частью источников, вы можете упустить важные детали). Потребляя информацию, являющуюся частью информационного пространства, индивидуальные субъекты конструируют свое информационное пространство сообразно собственному вкусу и сложившимся в обществе условиям. Реконструкция картины мира на основе использованной информации опирается на личностный потенциал индивидуального субъекта. Сталкиваясь с информационными интерпретациями происходящих событий, мы имеем дело не с объективным описанием действительности, а с вариантами ее субъективной интерпретации. Может ли субъект, выхватывающий фрагмент информационного пространства, которое составляют тексты многочисленных субъектов, владея несовершенным, субъективным инструментом, конструировать адекватную картину мира, принимаемую другими субъектами?

Ключевой предпосылкой социального конструктивизма является утверждение, что реальность является социально определяемой, наши способы понимания мира созданы и поддерживаются социальными процессами [Бергер, Лукман, 1995; Джерджен, 2003]. Язык, которым пользуется субъект для построения собственной картины мира, способы ее описания являются инструментами социума, усвоенными субъектами в ходе социализации. Для индивидуального субъекта существуют конкретные групповые субъекты в рамках существующего социального контекста, задающие определения реальности. В связи с этим ментальные репрезентации субъектов будут обусловлены

социальным контекстом, который реконструируется на основе имплицитной идентичности субъекта.

Информационное пространство конструируется обществом, соответственно, общество задает и организацию форм взаимодействия субъектов социума с информацией. Общество составляют субъекты, чья общая жизнедеятельность позволяет придерживаться совместной метамодели действительности, скорректированной в ходе коммуникаций. Субъективизм в описании мира приводит к существованию множества моделей мира, что предполагает развитую систему коммуникаций в обществе, позволяющую верифицировать интегративную метамодель изменяющегося мира. В условиях разнообразия источников информации, предлагающих множественные версии реальности, возникает ситуация неопределенности, предполагающая сочетание отдельных вариаций в некоей общей картине действительности [Плющ, 2007d]. Это ведет к согласованному взаимодействию индивидуальных субъектов, результатом которого является сконструированная ими сложноорганизованная модель действительности (социетальный дискурс), воспроизводимая на основе процессов самоорганизации общества. В процессе жизнедеятельности индивидуальный субъект эту модель усваивает, воспроизводит и вносит в нее коррективы.

Постиндустриальное общество характеризуется возросшим объемом информации, наличием множества ее авторов, имеющих разные цели, принципиальной неполнотой любого описания действительности, которые приводят к тому, что потребитель информации ориентируется на отдельные фрагменты транслируемой социумом картины мира. Усложнение форм социальной организации в условиях культурного многообразия предполагает увеличение числа субъектов, участвующих в конструировании совместной метамодели действительности. Современные информационные технологии, упростившие коммуникации, предоставляют возможность индивидуальным субъектам транслировать свои тексты в информационное пространство социума, участвуя в конструировании социетального дискурса. Понимание информационного взаимодействия как совместного конструирования

индивидуальными субъектами социетального дискурса позволяет использовать синергетический подход при изучении процессов информационного влияния. Именно этот подход характеризуется тем, что ориентирует исследователя при анализе целого изучать согласованное взаимодействие частей, образующих сложноорганизованную целостность, функционирующую на основе процессов самоорганизации [Аршинов, 1999; Князева, Курдюмов 1994; Хакен 1985].

## 1.2. Синергетическая парадигма: принципы нового мировидения социальных процессов

### *Синергетика как тринитарная методология познания*

Синергетика занимается изучением природных явлений и процессов на основе принципов самоорганизации сложноорганизованных систем [Аршинов, 1999; Буданов, 2011; Методологические основы …, 2010]. Возникшая как отдельное направление в науке в 70-х годах прошлого столетия, синергетика быстро получила признание как междисциплинарный подход, так как принципы, лежащие в основе процессов самоорганизации, одни и те же безотносительно природы систем [Буданов, 2006]. Сегодня проводится множество исследований в различных областях науки, которые используют синергетическую терминологию или опираются на синергетические положения. Это ведет к тому, что синергетика, преодолевая междисциплинарный статус, превращается в носителя новой парадигмы [Баранцев, 2005; Князева, Курдюмов, 2005; Методологические основы …, 2010]. Тем самым, как феномен постнеклассической науки, она превращается в философскую методологию, которая открывает новые перспективы в изучении отношений человека с изменяющимся миром [Аршинов, 1999; Баранцев, 2003; Ярославцева, 2007].

В общем виде методологию можно представить как рефлексию языка науки для выражения процессов и результатов научной деятельности [Василюк и др., 2012; Спиркин и др., 1989]. Исследователь, задавая методологические основы изучаемой области знаний, в неявной форме воспроизводит свою теорию

познания, свое понимание мироустройства (присущую ему имплицитную теорию) [Юревич, 2006]. Усвоение теоретической модели субъекта предполагает предварительное понимание его организации мышления, в которой в свернутой форме существуют исходные формы связей и функций объектов мира. Поэтому, говоря о методологии любой науки, в первую очередь надо понимать методологию теории познания исследователя, которая, уже в свою очередь, проявляется в наборе методологических принципов конкретной области знаний [Мазилов, 2003; Спиркин и др., 1989]. Речь идет не столько о формулировании методологических принципов психологии [Веракса, 2008; Корнилова, Смирнов, 2006; Мазилов, 2003], сколько о задании «принципов о методологических принципах». Символические системы (научные теории) как инструменты познания и коммуникации могут осуществлять свою структурирующую власть лишь потому, что они структурированы. В связи с этим предполагается «познание познания», когда неочевидные исследовательские допущения будут специально обозначены и описаны [Аршинов, 2011; Квале, 2003].

Обобщая наблюдение, изучение и понимание мира, неизбежно приходится ставить вопрос об исходных началах (глубинных основаниях, основных принципах) устроения мира, которых может быть одно, два или больше [Баранцев, 2005; Петровский, Ярошевский, 1998]. Можно выделить следующие основные подходы – монизм, дуализм, тринитаризм, соответствующие различным типам мировоззрения: зеркальному, линзовому, лазерному (или голографическому) [Аршинов, 1999].

Монизм как учение о всеединстве базируется на вере в одно единое, которое лежит в основе всего сущего, будь это «дух» или «материя», и выводя одно из другого. Завуалированной формой монизма в психологии являются указания на единственный источник причинности, в качестве которого могут рассматриваться а) субъект, б) окружающая среда, в) социальная группа. Переходной формой к дуализму выступает рассмотрение систем как «органоцентрических», «энвайроцентрических» или «социоцентрических», когда отдельные компоненты

системы содержат в себе потенциал, обеспечивающий переход системы на другой уровень организации [Смит, 2003].

Существует множественное разнообразие форм дуализма, когда целостность составляют субстанции различной природы. Например, дуализм внутреннего и внешнего миров проявляется в дуалистической трактовке понимания психики – «душа – тело», которая представляет собой специфическую форму психофизического дуализма, где корень «психо-» означает нечто, лишенное физических качеств и трансцендентное по отношению к физическому. В свою очередь, «физический» относится к тому, что существует исключительно в пространстве и времени (опять же дуализм) [Смит, 2003].

Тринитарное воззрение на мир предполагает, что триединство первично и изначально, при этом каждый элемент целого есть и целое, и часть целого одновременно: если сущности составляют вместе триединство, они нераздельны и существуют друг в друге (например, трехмерное пространство). Утверждается, что трехмерность оптимальна, потому что при меньшей размерности не могут возникать сложные структуры, а при большей – такие структуры теряют устойчивость [Баранцев, 2005]. Поэтому тринитарные структуры необходимы и достаточны для конструирования теоретических моделей [Баранцев, 2005; Петровский, Ярошевский, 1998]. В основе синергетического мировоззрения лежит тринитарное понимание организации универсума (например, субъект, пространство, время [Титаренко, 2010] или материя, человечество, разум [Майнцер, 2009]) как триединства философских категорий – формы, содержания, сущности.

Тринитарная организация целостного фрагмента действительности предполагает подобную организацию его частей, когда каждую часть также можно представить в виде троичной структуры (в подобной организации целого заложен голографический принцип, когда каждый элемент несет информацию о целом). В связи с тем, что интеллектуальные ресурсы исследователя конечны, на каком-то уровне разворачивания модели дальнейшая детализация завершается (конечная рекурсия). Примером последнего звена такой модели может служить

некий объект в трехмерном пространстве, где каждая ось представляет одно из начал, плоскости позволяют увидеть его двумерные проекции, а сам объект может быть задан в трехмерной системе координат. То есть тринитарное понимание мира изначально включает в себя и монистический, и дуалистический подходы, являясь по своей природе совместным, в буквальном смысле слова – синергетическим. Основная сложность конструирования тринитарной модели заключается в том, что не существует единичного разложения пространства (организации устройства конечного элемента), оно может задаваться множественными наборами координатных осей пространства. Вместе с тем подобная множественность позволяет согласовать организацию различных частей уже в рамках логики организации целостного объекта. Пластичность организации элементов (возможность смены их пространственной системы координат) дает возможность конструировать сложноорганизованные структуры, сохраняющие подобие организации на всех уровнях своего функционирования.

Процесс познания рассмотрим как целостность, имеющую тройственную природу, когда существует субъект познания, конструирующий теоретическую модель фрагмента действительности. В качестве методологических «принципов о принципах», присущих синергетическому пониманию процесса познания, выделим целостность (действительности), субъективность (автора), коммуникативность (как способ конструирования модели, обеспечивающий охват разносторонних версий действительности) [Плющ, 2014b].

Любая модель может быть одновременно и простой, и сложной в зависимости от уровня детализации ее рассмотрения. Всякая сложная структура или система взаимодействует с окружающей средой (полем) и, трансформируясь в процессе этого взаимодействия, сохраняет те некоторые основные параметры (инварианты), которые позволяют считать её именно данной системой [Басин, 2013]. Это свойство системы обычно называют целостностью. Вопрос о целостности – это преобразившийся философский вопрос о единстве мира, задающий исходную позицию для исследований [Ярославцева, 2007].

Выделяются три типа целостности в зависимости от сложности организации системы: синкретическая, системная, фрактальная.

Элементарная, или синкретическая, целостность обычно анализируется изолированно от внешней среды и задается набором элементов, характеризующих целостность. Предполагается, что ее устройство (до некоторой степени) устойчиво к воздействиям извне и что существует единый способ соединения элементов, при разрушении которого целостность теряет свою природу. Примером синкретической организации целостности служат простые механизмы, которые функционируют в достаточно однородной среде, влиянием которой на организацию целостности можно пренебречь.

Системная целостность характеризуется наличием динамичной и подвижной структуры, благодаря которой элементы системы объединяются в связное целое. В теории систем основополагающими признаками любой системы являются объектность (наличие объектов, сущностей, элементов), структура (сеть отношений или связей между элементами) и целостность (обеспечивающая функционирование системы как единства, в котором целое зависит от элементов, а элементы – от целого) [Кузьмин, 1980]. К исследованию сложных систем в рамках современных разработок системного подхода применяется холический подход, когда значение целого обладает приоритетом по отношению к составляющим целое элементам. Система анализируется не как множество, состоящее из фиксированных элементарных единиц, а как целостный объект, допускающий различные способы конструирования. При этом свойства системы обусловлены топологически целостными, глобальными характеристиками внешней для них, не занятой ими части пространства, взаимодействия с которой оказывают влияние на организацию системы [Философские …, 1995]. Конструктивным аналогом системной целостности может служить клеточная организация биологических организмов, когда они либо состоят из множества клеток, либо являются одноклеточными организмами. При этом клетка является целостной системой, содержащей большое количество связанных друг с другом

элементов, а многоклеточные организмы представляют собой новые системы из большого количества клеток.

Фрактальная целостность, функционирующая не в постоянной и неизменной среде, а в подвижной и текучей субстанции, преобразующейся во времени, задается концепцией (рекурсивной формулой), структурой и элементами. Чтобы в изменяющейся среде оставаться самим собой, приходится постоянно изменяться. В этом случае трансформирующаяся в новых условиях система будет иметь вид самоподобной конструкции, которая в изменяющейся среде сохраняет свою концепцию (свой паттерн). При этом концепция целостности определяется функцией целостности в метасистеме, то есть фрактальная целостность является неотъемлемой частью среды. Фрактальная целостность имеет релятивистскую природу, каждый раз в новых условиях она рождается заново (наподобие птицы Феникс), воспроизводит себя на новом витке функционирования: концепция целостности остается, но ее структура и элементы меняются в зависимости от этапа развития («бесконечное разнообразие в бесконечном повторении»). Происходит реализация «самости», заложенной изначально, которая в процессе взаимодействия с миром тоже может трансформироваться. В локализованный момент времени можно выявить концепцию системы, определенную структуру и элементы, которые на следующем этапе функционирования могут совершенно измениться. Это напоминает принцип действия калейдоскопа, у которого элементы одни и те же, но каждый поворот изменяет их порядок расположения и приводит к появлению нового узора (при неизменной системе зеркал).

Примером целостности, имеющей фрактальную организацию, может служить текст, замысел которого выражается посредством совокупности элементов, объединенных в содержательно-смысловую структуру. Для донесения идеи используются различные способы и средства выражения в зависимости от ситуации коммуникации, течение которой, в свою очередь, может побуждать автора к трансформации существующей идеи. Вместе с тем можно предложить другую трактовку тернарной организации текста: существует автор, который

конструирует текст в соответствии со своей идеей. Основным преимуществом такого толкования является явное задание субъекта, позволяющее переходить к построению социальных моделей. Осознание текстуальной природы социального мира [Деррида, 2012; Дридзе, 1996; Рикер, 1995] позволяет конструировать синергетические модели социальных явлений в соответствии с принципами организации текста.

Нарастание сложности организации целостности идет вместе с увеличением глубинных оснований природы целостности. Механические модели целостного фрагмента мира задаются набором элементов, единственно «правильным» способом их соединения, неизменной функцией целостности при этом предполагается изолированное от среды рассмотрение этого фрагмента. Системные модели определяются элементами и структурой, специфика которых обусловлена особенностями взаимодействия целостности со средой. Функция системы определяется исследователем, задающим параметры ситуации взаимодействия. Фрактальные модели имеют тринитарную организацию: элементы, структура, концепция. При этом моделируемый фрагмент мира является частью изменяющейся среды, выполняя в ней некоторую функцию, которая может трансформироваться во времени. Трансформация концепции осуществляется автором текста фрактальной целостности. Тринитарное понимание целостности имеет синергетическую природу в связи с тем, что подразумевает совместный анализ целостного фрагмента мира, окружающей его среды, частью которой он является, и субъектного начала, реконструирующего функцию целостности в заданных условиях.

П(р)оявление «субъекта» в теоретической модели обусловлено сложностью конструируемой исследователем модели. В специализированной литературе выделяется три типа рационального научного познания, которые взаимодополняют друг друга [Степин, 2000]. Классический подход подразумевает элиминацию из процедур объяснения всего того, что не относится к объекту изучения, то есть среда его пребывания выносится за рамки анализа. Конструирование классических моделей предполагает, что ученый является

внешним наблюдателем, изучает свой объект извне и в рамках целостного синкретического мышления обладает абсолютным «объективным» знанием.

Неклассический подход характеризуется соотнесением характеристик объекта и среды, в которой он функционирует, и неявно предполагается их автономное существование. В системных моделях синкретическое восприятие природы изучаемого объекта сменяется его дифференцированным рассмотрением в многообразных ситуациях, приводящим к пониманию существования различных внутренних структур, которые детерминируют функционирование объекта. Исследователь системы может находиться в двух позициях, задающих кардинально отличающиеся подходы ее изучения: позиция внешнего наблюдателя, которая предполагает возможность выбирать различный ракурс изучения системного объекта в окружающем мире, и позиция внутреннего наблюдателя, в которой он может видеть моменты внутренней организации системы, скрытые от него как от внешнего наблюдателя. Отметим дополнительность этих подходов, поскольку полученные описания несводимы друг с другом. Возможность различного комбинирования этих точек зрения приводит к относительности «объективного» знания, предлагаемого в формате системных моделей.

В рамках постнеклассического подхода, использующего фрактальные модели, любой объект рассматривается только вместе с фрагментом среды его пребывания, изменения которой могут вызывать изменение функций объекта. Описание системы, имеющей фрактальную модель организации, предполагает наличие у исследователя, помимо позиций наблюдателей (внешнего и внутреннего), взгляда, сходного с точкой зрения творца (конструктора), задающего (определяющего) концепцию самоорганизации фрактала (функцию объекта в метасистеме). Одновременное наличие трех позиций позволяет описать форму, содержание, сущность изучаемого объекта, создавая тем самым триединую логику целого. Исследователь становится частью описываемого (моделируемого) фрагмента мира и неминуемо субъективен в своих трактовках происходящих событий и вызванных ими переживаний, от которых он не в

состоянии отделиться. Имплицитное позиционирование автора в изучаемом фрагменте мира обусловливает выбор типа целостности теоретической модели.

Признавая субъективность конструируемой модели, одновременно констатируем неполноту задаваемого ею описания фрагмента мира (невозможность охвата одним субъектом всего пространства возможных позиций). Это приводит к коммуникациям, к связям с другими субъектами, и, как следствие, подразумевает конструирование новой организации целостной модели фрагмента мира, где целостность предстает в виде единого потенциального семантического пространства, составленного совместными действиями субъектов. В постнеклассической науке эго-центризм научных парадигм сменяется установкой на коммуникативность, приводящей к тому, что процесс познания разворачивается и как коммуникация [Хабермас, 2003]. Так создаются постепенно усложняющиеся теории, завершенность которых в изменяющемся мире относительна [Бодров и др., 2001].

Субъективность моделирования приводит к тому, что вопрос об истинности модели (другими словами, о соответствии модели оригиналу) является не совсем корректным. Любая модель является неполной и, в лучшем случае, можно говорить о точности прогнозирования в локальном участке, ограниченном временем, пространством и сложностью модели. Учитывая, что внутренний мир сознания может представляться продуктом межсубъектного взаимодействия [Выготский, 2005], субъективность, как накладываемое ограничение при конструировании теоретической модели, преодолевается в ходе разворачивающихся в пространстве и во времени коммуникаций с другими субъектами. Признание коммуникативности познания предполагает переоценку природы целостности теоретической модели знания: понимание неустранимой множественности точек зрения авторов предполагает отношения взаимодействия между авторами и дополнительности их теорий. Полное (истинное ли) знание о мире выступает как совокупность конвенциональных дискурсов, а объективность в данном контексте трактуется как интеллектуальное согласие, совмещение нескольких точек зрения в процессе взаимодействия [Дудина, 1999]. Понимание

природы явлений проявляет себя в способности познающего субъекта погрузиться в модели других авторов, понять и совместить их элементы, структуру, концепцию с собственной моделью.

От особенностей коммуникации исследователей зависит качество интегративной модели, обусловленное парадигмой их коммуникации. В рамках субъект-объектной парадигмы коммуникации эта модель конструируется одним субъектом, который может включить фрагменты моделей других участников коммуникации в соответствии с собственным пониманием. При использовании субъект-субъектной парадигмы коммуникации автором совместной модели является групповой субъект, составленный из исследователей. Социальная структура группы будет обусловливать «вес» компонентов модели каждого субъекта в совместной модели. Опора на парадигму коллективного субъекта означает конструирование интегративной модели групповыми субъектами, в состав которых входят индивидуальные субъекты. Как соавтор этой модели исследователь является частью коллективного субъекта науки.

Использование исследователем рассмотренных парадигм коммуникации выражает возможные этапы (и способы) самоорганизации его теоретических конструкций [Лепский, 2015; Плющ, 2008]. Он, опираясь на сформированную систему знаний, может понимать модели других субъектов и достраивать собственную, используя конструкции других авторов. Это ведет к последовательному расширению сферы ее применения и временных перспектив использования. В рамках субъект-объектной парадигмы коммуникации модель теории познания строит субъект, ориентирующийся на собственный жизненный опыт. В рамках субъект-субъектной парадигмы конструирование теории опирается на возможность усвоения модели другого субъекта в процессе совместной групповой деятельности. В рамках парадигмы коллективного субъекта построение теории индивидуальным субъектом, входящим в состав групповых субъектов, связано с возможностью оценить свое место в истории (этого коллективного субъекта), с наличием потенциала, позволяющего сформировать собственную концепцию, которая служит продолжением

концепций групповых субъектов, создающих интегративное знание коллективного субъекта в ходе научных коммуникаций. Коммуникативность позволяет восходить к сложноорганизованной целостности теории познания, когда субъективность автора модели преодолевается его способностью понимать модели других авторов и использовать их для построения совместной теории. Единственность позиции одного автора дополняется множеством возможных позиций как в ситуативном социальном контексте (в пространстве), так и в исторической перспективе (во времени).

Изложенные принципы построения теории познания (целостность, субъективность, коммуникативность), восходящие к тринитарному пониманию устройства универсума, предполагают синергетический характер своего функционирования. Напомним, что буквальное прочтение термина «синергетика» (от греч. «син» — «со-», «совместно» и «эргос» — «действие») акцентирует внимание на согласованности взаимодействия частей при образовании единого целого. Понимание фрактальной организации целостности приводит не только к анализу изолированного объекта или учету подразумеваемого контекста, но и к рассмотрению изучаемого объекта как составной части метасистемы, то есть к их *совместному* анализу. Субъективное описание системы, имеющей фрактальную организацию, предполагает, что позиции исследователя в моделируемом фрагменте мира обусловливают выбор типа целостности теоретической модели, то есть предполагается *совместное* рассмотрение исследователя и мира, частью которого он является. Коммуникативное, более полное описание модели подразумевает ее *совместное* конструирование различными субъектами, при этом изменения, происходящие в рассматриваемом мире, могут вызвать переформатирование всей организации теории познания. В данном случае коммуникативность подразумевает оценку соответствия модели описываемому ею фрагменту мира, то есть их *совместный* анализ.

Синергетика базируется на тринитарном понимании организации универсума, которое предполагает сложность организации целостности, совместное рассмотрение частей и целого, учет самоорганизации. В основе

синергетического понимания лежит антропный принцип, в одной из формулировок которого утверждается, что во Вселенной с необходимостью появляется наблюдатель (человечество), через которого Вселенная сама себя осознает [Антропный …, 2008; Голиков, 2014]. Отсюда следует, что теоретическая модель не может быть «объективной», она всегда субъективна, у нее есть автор. В условиях ограниченных ресурсов попытки исследователя претендовать на качество теории познания предполагают предварительное задание субъекта научного поиска. Потенциал субъекта обусловливает доступную ему когнитивную сложность организации теоретической модели, локализацию позиции субъекта, задающую ракурс анализа, возможность понимания дискурса других субъектов с целью создания более полного представления об изучаемом явлении путем согласования своего дискурса с дискурсами других исследователей. В изменяющемся мире получение новых знаний, изменение набора позиций субъекта, знакомство с иными теориями могут привести к переформатированию всей организации его теории познания. Синергетика представляет собой не застывшую теорию и способ мышления, предлагающие «окончательное» решение всех научных проблем, а, наоборот, ее использование в качестве методологии изначально предполагает возможность самообновления научного дискурса, происходящего как следствие развития познающего мир субъекта.

Синергетика – это теория структурных взаимосвязей, которые могут быть строго описаны на математическом языке, а могут быть качественно объяснены на вербальном уровне. Этот термин акцентирует внимание на согласованности взаимодействия частей при образовании структуры как единого целого. Сложные системы могут существовать только в условиях динамического равновесия, в сложноорганизованных системах (открытых системах, интуитивно представляемых состоящими из очень большого числа элементов и их связей) процессы коммуникации принципиально отличны от процессов в системах с малым количеством элементов, требуя иного понятийного и методологического аппарата.

***Тринитарная организация психического***

Как указывается в научной литературе, к концу XX ст. выявился тот факт, что психология, по праву претендовавшая на роль лидера человекознания, не обладала должной методологией интегративного познания человека, включая все уровни функционирования психического – персоны, интерперсонального и трансперсонального [Козлов, 2004]. Все базовые парадигмы – физиологическая, психоаналитическая, бихевиористическая, экзистенциально-гуманистическая и трансперсональная – в понимании предмета, метода и содержания психологии существуют в своем специфическом терминологическом аппарате, не говоря о более мелких школах и направлениях.

Сложность изучаемых в психологии феноменов привела к тому, что их элементарные линейные модели остались далеко в прошлом. В психологии XX в. распространение получили структурно-уровневые концепции организации психики [Смит, 2003]. Справедливости ради следует отметить, что любая сложившаяся традиция, будь то религиозная, философская или психологическая, предполагает определенную структурно-функциональную расчлененность психики и иерархически выстроенный путь к целостности высшего порядка.

Синергетический подход предложен как методология для изучения сложноорганизованных социальных объектов. По мере возрастания сложности теоретических моделей исследователя применение синергетики помогает углубить представления об изучаемом предмете исследования, поскольку является и универсальным методом, описывающим свойства любой целостной системы. Как отмечают сами сторонники синергетики, пока еще рано говорить об этом подходе как об общепринятом и в достаточной мере разработанном [Князева, Курдюмов, 1994]. В связи с этим синергетика пока не может претендовать на то, чтобы стать новой полноценной парадигмой психологии [Мазилов, 2003], но появление новых теорий может изменить ситуацию.

В синергетике конструктивный взгляд на становление целостности представлен как процесс самоорганизации, рождения параметров порядка, структур из хаоса микроуровня [Аршинов, 1999]. Современное стремление к

синтезу получаемых знаний, к их целостности связано с идеей тринитарности, корни которой уходят далеко вглубь тысячелетий. Архетип триединства, проявляясь в разных формах, становится объединяющим ядром новой синергетической парадигмы [Баранцев, 2005]. Цель иллюстрации приведенных ниже примеров – показать, что тринитарная организация психического не просто выражает собой концепцию автора, но и представлена в трудах известных авторов различных научных школ.

Каждая сложноорганизованная система имеет три измерения: материальное, социальное и духовное [Козлов, 2004; Майнцер, 2009]. Соответственно, в основе организации мира наблюдают три слоя реальности: бытие природы, бытие социальное, бытие идеальное [Поппер, 1983]. Субъект, погруженный в мир, отражает эти слои реальности как три измерения жизненного мира: внешний («объективный»), социальный (созданный взаимодействием) и субъективный (воображаемый внутренний) миры [Хабермас, 2003]. В таком случае в высшей степени схематично можно говорить о существовании трех ведущих факторов, детерминирующих социальные процессы в современном обществе. Первый – сама социальная реальность, прямо и косвенно воздействующая на людей и фиксируемая их сознанием. Второй – массовые информационные и коммуникационные процессы, отражающие эту реальность и культивирующие ее образы в сознании людей. Третий – усвоенная в ходе социализации культура людей, живущих в этой реальности [Докторов, 2007]. Таким образом, субъект функционирует в физическом, коммуникативном и символическом мирах [Почепцов, 2001в; Шюц, 2004].

В живых системах выделяются следующие три ключевых критерия паттерна их организации: структура как физическое воплощение организации системы; конфигурация взаимоотношений, определяющая существенные характеристики системы; жизненный процесс как деятельность, направленная на непрерывное воплощение организации системы [Гроф, 2001; Капра, 2003]. Социально-когнитивная теория объясняет человеческое мышление и поведение как процесс тройной взаимообусловленности явлений внешней среды, поведения

индивида и его личностных факторов [Смит, 2003; Фрейджер, Фейдимен, 2001]. Развитие личности детерминируют три момента: социально-исторический образ жизни, совместная деятельность, индивидуальные свойства человека, которые взаимодействуют и влияют друг на друга с меняющейся интенсивностью, одновременно и в разное время [Асмолов, 2002]. В соответствии с таким пониманием можно выделить три основные функции психических процессов: когнитивную, коммуникативную, регулятивную [Ломов, 1984]. Социокультурный контекст становления сознательного Я индивида приводит к формированию «Я-концепции», в большинстве определений которой, как существующей в сознании индивида системы представлений субъекта о себе, подчеркивается три ее составляющих: когнитивная, поведенческая, оценочная [Талайко, 2007].

В рамках психоаналитических концепций психической организации выделяются три структурных элемента: «Оно» (врожденные аспекты психики, связанные с биологическими побуждениями), «Сверх-Я» (психическая инстанция, представляющая интернализованную версию общественных норм и стандартов поведения, которая формируется в социальных взаимодействиях) и «Я» (компонент психики, ответственный за принятие решений и осуществление контроля над поведением, выработанный на основе жизненного опыта) [Фрейд, 2006; Фрейджер, Фейдимен, 2001; Хьелл, Зиглер, 1998]. В трансакционном анализе в поведении человека выделяются три эго-состояния: Ребёнок, Родитель и Взрослый. Эго-состояние Ребёнка содержит все побуждения, которые возникают у человека естественным образом. Эго-состояние Родителя содержит установки и поведение, перенятые извне, в первую очередь – от родителей. Эго-состояние Взрослого не имеет никакого отношения к возрасту человека, а представляет собой способность личности хранить, использовать и перерабатывать информацию на основе предыдущего опыта [Берн, 2006].

Выделяются три типа отношений, в рамках которых происходит конституирование всякого социального поля: отношения со знанием, с другими, с собой [Фуко, 2006]. Трихотомия природы, общества и культуры приводит к трехчастной структуре сознания (реальное – символическое – воображаемое)

[Лакан, 1997]. Генезис и диалектика трех отношений субъекта – к миру, к другим и к самому себе – вскрывают основу самосознания и рефлексии сознания индивида [Рубинштейн, 1957]. Как трехуровневую структуру трактуют рефлексию (осознание воздействия мира на субъекта, субъективного образа этого воздействия и интенции субъекта), представляя ее в виде математической модели [Лефевр, 1973; Шаров, 2009].

В семиотике явления человеческой культуры рассматриваются как взаимодействия разного рода, опосредованные знаками. Основателем семиотики, исследующей свойства знака и знаковых систем, считается Ч. С. Пирс, которому принадлежит идея о тернарных (троичных) отношениях в информационных системах и трех измерениях знака: его материальной оболочки, обозначаемого знаком объекта, интерпретации знака [Кашкин, 2000; Конецкая, 1997]. В основе всех употреблений языковых знаков любого языка лежат три элементарные функции: номинация (называние предметов реального мира), предикация (приведение названного в связь одного с другим), локация (локализация названного в пространстве и времени) [Степанов, 1985]. Три названные функции соответствуют трем аспектам общей семиотики: синтактике, семантике и прагматике. Синтактика занимается отношением знака к знаку, семантика рассматривает отношение знаков к объекту, прагматика исследует связь знаков с человеком, то есть проблемы интерпретации знаков теми, кто их использует, их полезности и ценности для интерпретатора [Кашкин, 2000; Конецкая, 1997]. Формой модельного представления когнитивных структур являются субъективные семантические пространства, имеющие универсальное трехмерное устройство, координатными осями которого выступают ортогональные категории-факторы: «сила», «активность», «оценка» [Петренко, 2005]. При описании процессов регуляции деятельности выделяются три уровня анализа: микроуровень (анализ отдельных действий, представляющих собой элементарные единицы), мезауровень (рассмотрение отдельных видов деятельности, изучение этапов, динамики и используемых средств) и макроуровень (изучение

деятельности в рамках жизнедеятельности человека, в интервалах, сопоставимых с длительностью его жизни).

Можно констатировать, что во множестве работ широкое распространение получила тринитарная структура психического, которая обеспечивает ориентировку индивида в среде, организацию и регулирование его поведения, интеграцию индивидуума как целостности [Барабанщиков и др., 2007]. Косвенным образом утверждение о троичности устройства психики подтверждается и в работе Ф.Е. Василюка, который выделяет в советской психологии три теории, сузившие свой предмет до одной категории: *установки* Д.Н. Узнадзе, *деятельности* А.Н. Леонтьева и *отношения* В.Н. Мясищева [Василюк, 2003].

В рамках синергетической методологии предполагается тринитарная организация изучаемых в психологии объектов. Организация этих объектов развертывается в трех измерениях модели: элементы, структура, концепция. Основная задача исследователя – это квантование изучаемых объектов, приводящее к их систематизации, т.е. интеграции отдельных конструктов в более крупные блоки в соответствии с концепцией исследователя, которая может уточняться в ходе исследования. В зависимости от природы объекта воспроизводится универсальная модель развития психологического знания: синкрет – дифференциация – синтез (интеграция на основе повышенной сложности) [Гусельцева, 2013]. Специфика синергетического понимания состоит в том, что в каждом выделенном конструкте содержится информация об организации целого (голографический принцип), но их выделение обусловлено ментальными возможностями познающего субъекта.

***Роль исследователя в синергетике***

Не синергетика ввела в науку роль наблюдателя [Капра, 2003], но во всех ее построениях он присутствует как в явной, так и в неявной форме. Нормативным требованием в методологии науки является инвариантность научной картины мира к системе отсчета. Научная картина мира строится в децентрированном

пространстве, в котором ни одна из индивидуальных точек не является привилегированной. Классическая наука, как мы ее определяем, исходит из гипотезы: все, что существует, может быть познано одним и тем же образом любым исследователем. При проведении своих изысканий он находится в позиции внешнего наблюдателя, вне изучаемого явления. При этом подразумевается существование единичной и объективной истинной теории, универсальность которой закономерно предполагает абсолютную доказуемость и механистический детерминизм. Неклассическая наука по отношению к явлению предусматривает позицию как внешнего, так и внутреннего наблюдателя, что предполагает применение принципа дополнительности и делает возможным появление множественных теорий одной системы, приводящих к объяснению ее поведения на основе стохастического детерминизма.

Синергетическое понимание предполагает тринитарную организацию теоретической модели. Локальные ракурсы наблюдения позволяют субъекту выделить такие возможные детерминанты развития сложноорганизованной системы, как: внутренняя логика саморазвития наблюдаемой системы, логика взаимодействия с миром, выполняемая функция в мире. Построение модели поведения системы, основанной на трех различных видах детерминации, предполагает функционирование сложноорганизованной кооперативной структуры. Современный взгляд на становление таких структур представлен как процесс когерентного взаимодействия компонентов, приводящего к их самоорганизации. Появление взаимосогласованности частей и целого подразумевает их двунаправленное взаимовлияние, приводящее к феномену круговой причинности [Хакен, 1985].

Фрактальная модель организации изучаемой системы принципиально не определена однозначно, чем точнее степень разрешения аппарата исследования, тем подробнее описывается спектр возможных состояний. Организация системы становится контекстуально зависимой, в каждой новой ситуации ее приходится переопределять и описывать заново. Следует обратить внимание на то, что фрактал – это не объект и не структура, а способ организации исследуемого

явления. Более корректно утверждать, что фрактальное устройство исследуемого объекта – это способ понимания организации мира, и это понимание не в постигаемой системе, а в наблюдателе, погруженном в мир и составляющим с ним одно целое. В отношении сложноорганизованных (фрактальных) систем необходимо говорить, что они в одинаковой степени являются и сложными, и элементарными, в зависимости от способности наблюдателя разглядеть характер связей, цементирующих целое. Исследователь, меняющий порядок изучаемого явления, – это понимание, отражающее сложность организации современного мира.

Для того, чтобы в изменяющейся среде оставаться самой собой, системе приходится постоянно меняться. Сохранение сложноорганизованной системой некоторых основных ее параметров (элементов, структуры, концепции), имеющих устойчивые значения, при рассмотрении на более длительных масштабах времени уже будет проявляться как процесс. Таким образом, исследование сложных систем должно выполняться как историческое, предполагающее задание сценариев последовательности (разворачивания) событий, в которых участвует данная система. Поэтому существуют различные способы понимания ее функционирования, обусловленные сложностью ментальной организации исследователя. Когда уровень познающего не соответствует уровню сложности познаваемого объекта, возникает не столько фактическая ошибка, сколько неадекватное и обедненное представление о реальности, в нашем случае – о психической реальности.

***Отличия синергетического и системного подходов***

В разработке более адекватных современной науке представлений о характере целостности самоорганизующихся систем и методах их исследования синергетический подход является конструктивной альтернативой системным воззрениям. Синергетика выросла из системного мышления как учение о процессах самоорганизации сложных систем и схватывает их определяющие черты: целостность, открытость и способность к самоорганизации, которая и

означает становление изменяющейся «самости». В рамках синергетической методологии предполагается изучение объектов в сложноорганизованной среде, частью которой они являются, другими словами, изучение системы в метасистеме. В этом случае система имеет функциональное назначение, и ее функционирование обусловлено не только воздействием на нее извне или особенностями ее адаптации к условиям среды, но и развертыванием потенциала взаимодействия со средой, когда система «доопределяет» собственное предназначение в метасистеме.

Подобный подход, связанный с идеей тринитарности, позволяет перейти от рассмотрения изолированных систем к контекстному анализу их жизнедеятельности, представляя этот процесс как самоорганизацию коммуникаций с внешним миром. Следствием этого становится выяснение законов развития системы, изучение связи между ее статикой и динамикой, выявление новых способов ее организации, когда система, оставаясь собой, изменяется [Лотман, 1992]. Выделим, на наш взгляд, основные моменты в понимании природы психического, отличающие синергетический подход от системного:

1. ***Фрактальная модель целостности***. Взгляд на природу целостности системы кардинально меняется, когда анализируется «изменяющаяся система в изменяющемся мире» [Василькова, 1999]. В этом случае среда функционирования системы рассматривается не как постоянное и неизменное пространство, а как подвижная и текучая субстанция, которая изменяется во времени, вовлекая систему в круговорот изменений. К примеру, рассмотрим особенности конструирования модели целостного мира, в котором субъект функционирует. Изначально окружающий мир понимается как целостное непрерывное пространство. В повседневной жизни человек обычно действует в ограниченном круге повторяющихся ситуаций, в связи с чем его модель мира разбивается на части и начинает представлять дискретный набор жизненных подпространств. В результате субъективной значимости, которая не является постоянной, отдельные подпространства приобретают большее значение, и их устройство становится

более дифференцированным в зависимости от усвоенной субъектом их организации. Можно сказать, что подпространства «дробятся» на части в соответствии с приобретаемым опытом жизнедеятельности субъекта. Численное значение эффективной размерности модели устройства мира зависит от отношения наблюдателя к контексту его функционирования. Выделение все большего разнообразия жизненных ситуаций, имеющих субъективную значимость, приводит к тому, что от непрерывности мы переходим к дискретности, а потом к фрактальной организации метрики пространства, моделируемого субъектом.

2. ***Децентрация (растворение) субъекта*** в метасубъекте. Это происходит вследствие самоорганизации индивидуального субъекта, когда в изменяющихся условиях сложноорганизованной среды он меняется и ищет способы реализации поставленных целей. Субъект в ходе своей деятельности выстраивает новые социальные структуры, изменяя условия своей жизнедеятельности. Радикальные изменения в социальной структуре могут иметь своим результатом сопутствующие изменения психологической реальности. Сложная организация психического возникает и прогрессирует за счет многообразия форм активности субъекта, его участия в сложных организационных структурах. У субъекта должна быть определенная доля хаоса, блужданий, ибо только на этой основе может возникнуть нечто значимое, ранее небывшее, невиданное, незнаемое. Неконкретность целей, некий хаос в поступках, уход от однозначного понимания («пойди туда, не знаю куда, принеси то, не знаю что») – это не деструктивные факторы созревания, а потенциальные возможности саморазвития, выводящие субъекта на способность преобразования окружающей сложноорганизованной среды.

Индивидуальные субъекты, участвуя во множестве социальных проектов, становятся частью групповых субъектов. При этом отдельный человек частично освобождается от повседневной ответственности за результаты труда, которую все в большей степени берет на себя организация, к которой он принадлежит. Продвижение в любой социальной иерархической структуре также неразрывно

связано с сокращением степеней личной свободы, занимая все более высокие позиции в системе управления, человек все больше становится частью взаимодействия более высокого уровня. Значимые, имеющие серьезные последствия решения в большинстве случаев также и принимает, и осуществляет организация (как коллективный субъект). Поэтому, с одной стороны, возможности отдельного субъекта принимать самостоятельные решения по поводу будущего социальной системы по мере усложнения ее организации сокращаются. С другой стороны, субъектность индивидуума расширяется, она простирается не только на него, но и на организационные структуры (их деятельность), с которыми он себя идентифицирует. Участие в совместной деятельности приводит к растворению индивидуальной субъектности в социальных структурах.

Вместе с тем происходит и растворение групповой субъектности. Сложность организационных структур приводит к тому, что результаты корпоративной деятельности зависят от слаженности работы всех подразделений. Эффективность организации связана с качеством работы ее индивидуальных представителей, когда ошибка одного рядового сотрудника может привести к катастрофическим последствиям для всей организации в целом. Их общее будущее обусловлено не только запросами среды на функционирование организаций такого типа и адаптацией внутренней структуры к изменяющимся условиям, но и совместным социальным проектом, в котором учитываются перспективы индивидуальных субъектов. Ответственность субъекта за результаты социальных модернизаций возникает в результате оценки собственных усилий, оценок деятельности групповых субъектов, участником которых он является, и оценки организации жизнедеятельности общества в целом.

3. ***Интегрированность со средой***. В рамках синергетического подхода системы рассматриваются совместно с контекстом их функционирования, что приводит к новому пониманию целостности как «системы в системе», когда исследуемая система оказывается частью метасистемы. Их функционирование как целостности позволяет говорить о подобии их организации.

Так, для психологии учет сложности мира, в который погружен индивидуальный субъект, и способов взаимодействия с ним позволяет рассматривать индивидуума не как отдельно взятый объект, искусственно изъятый из контекста бытия, а как «человека в мире», являющегося составной частью мира [Рубинштейн, 1957; Татенко, 1996]. Бытующая в течение длительного времени в психологии парадигма, ориентированная на изучение изолированного субъекта и его индивидуальных особенностей, накладывала серьезные ограничения на понимание его природы, причин деятельности [Кольцова, 2007].

Изменяющийся субъект, будучи частью мира, действует в изменяющемся мире, это приводит к тому, что в привычном смысле граница между ними исчезает, она становится взаимопроникающей, переходящей – субъект в мире, мир в субъекте. Осознание субъектом собственного Я, т. е. выделение его из мира, позволяет сконструировать целостную модель «Я в мире». Такое понимание («субъект в мире», «мир в субъекте») позволяет говорить о подобии организации устройства субъекта и среды его функционирования. Сопряженность устройства ментальных структур и окружающего мира, в котором реализуется активность субъекта, приводит к тому, что организация ментальных структур может воспроизводить сложность организации мира. Тринитарное рассмотрение субъекта (мир – субъект – внутренний мир субъекта, в другой трактовке – субъект в пространстве и времени [Титаренко, 2010]) приводит к отказу от использования бинарной логики, дихотомии, противостояния категорий «внешнего» и «внутреннего», «социального» и «индивидуального», «объективного» и «субъективного».

Применение синергетической методологии позволяет расширить рамки анализа исследуемых явлений по сравнению с системным подходом. Предлагается более сложная тринитарная организация системы, когда система рассматривается как часть метасистемы, при этом подразумевается самоорганизация системы для реализации ее функций в изменяющихся условиях. В науке происходит непрерывная ротация доминирующего объяснительного

принципа. На смену механистической парадигме, для которой характерно построение моделей, отличающихся наборами признаков, приходит системная. В рамках этой парадигмы структурная сложность модели системы обусловлена сложностью пространства функционирования системы, которую выделяет исследователь. Системная парадигма развертывается в синергетическую парадигму, в которой подчеркивается субъектная природа системы, когда структурная и пространственная сложности модели функционирования системы дополняются сложностью самоорганизации системы во времени. Вне сомнения, реальность всегда более сложна и многомерна, чем любая теоретическая модель. На практике различные парадигмы отражают действительные и весьма существенные различия между возможными моделями реальности, и все эти модели могут быть более-менее верны в приложении к соответствующим ситуациям. Следует учесть, что использование этих парадигм предполагает соответствующую сложность ментальной организации исследователей.

Тринитарный подход не сводится к выделению триад, характеризующих изучаемые феномены. Тринитарность означает не приписывание объекту изучения трех атрибутивных характеристик, а выделение трех проекций этого объекта, когда у исследователя существуют три позиции в трех измерениях: физическом, социальном, ментальном [Плющ, 2010е]. Исследователь изучает целое, анализирует фрагменты целого и комбинирует из них модель сложноорганизованного целого. При этом в сознании одновременно видится целостность, ее проекции и обновленная изменяющаяся модель целостности, меняется только фокус внимания. Можно привести такую аналогию. Говоря о природе света, мы рассматриваем свет и как волну, и как корпускулу. Теоретическую модель одновременно рассматриваем как целостность, как совокупность частей, как обновляющийся текст.

Синергетическое понимание природы изучаемых явлений присутствовало во многих научных теориях и ранее, выше приводились примеры из психологии. Тринитарное понимание мира характерно и для других теоретических практик, например, христианский догмат о Пресвятой Троице [Новейший …, 1998].

Синергетика не есть абсолютно новый взгляд на мир, это более сложный взгляд на текучую действительность, необходимость в котором возникает не всегда (бритва Оккама).

Синергетический подход позволяет открывать его парадоксальные стороны: нелинейность, постоянное динамическое равновесие социальных структур, способных сохранить устойчивость при сильных внешних воздействиях и способных рухнуть от топологически точных слабых воздействий, круговую причинность. Согласованность действий целостной системы и ее частей приводит к их двухсторонней зависимости, к цикличности процессов самоорганизации, что делает возможным возрастание конструктивной сложности организации системы [Плющ, 2010d]. В любой сложной самоорганизующейся нелинейной системе необходима определенная доля хаоса на микроуровне, которая играет роль силы, выводящей систему в область создания сложной структуры [Василькова, 1999; Князева, Курдюмов, 2005; Хакен, 1985]. В системе должен быть запас разнообразия составляющих ее элементов. Например, для раскрытия своего потенциала социум нуждается в наличии разноустремленных групп, без них не выйдет сложной организации, позволяющей эффективно отвечать на вызовы изменяющегося мира.

В рамках синергетического подхода социальные процессы рассматриваются как межсубъектные коммуникативные процессы, имеющие свою внутреннюю историю, логику становления и самоорганизацию, и основное внимание обращается на искусство организации условий для продуктивного диалога [Аршинов, 1999; Хабермас, 2000]. Современное общество будет демократическим и справедливым в той мере, в какой его культура, наука и образование окажутся открытыми к восприятию и трансляции всего того опыта самоорганизации сотрудничества, который накоплен им. Основным элементом социальной организации такого общества будет выступать личность, нацеленная на саморазвитие, понимание и сотрудничество. Синергетическое видение социального мира нисколько не исключает исторический опыт обретения человеком своей индивидуальности, но теперь этот опыт должен обернуться не

индивидуализмом и атомизацией общества, а чувством ответственности и пониманием необходимости совместного взаимодействия на всех уровнях социетальной системы [Бевзенко, 2002]. Синергетический подход предоставляет наибольшие возможности для анализа логики коммуникативной самодетерминации непрерывно изменяющегося информационного общества.

## 1.3. Синергетическое моделирование социальных процессов

### *Синергетическая модель ментальной организации индивидуального субъекта*

Рассмотрение ментальной организации субъекта как автономного объекта исследования приводит к тому, что внутренний мир человека [Шадриков, 2006] предстает в виде «черного ящика», целостная модель которого будет задаваться представлениями исследователя о сложности этого объекта, обусловленными когнитивной сложностью самого исследователя. При конструировании синергетической модели ментальной организации индивидуального субъекта модели будем использовать тринитарный подход, опирающийся на понимание того, что каждая сложноорганизованная система имеет три измерения функционирования: физическое, социальное, ментальное [Поппер, 1983; Хабермас, 2003]. Компоненты системной триады образуют целостное единство и находятся в динамическом равновесии (рис. 1.3.1-2). Акцент на одном из компонентов без учета других разрушает целостный взгляд на природу жизнедеятельности субъекта в мире и упрощает ее анализ.

Целостное понимание субъекта в мире позволяет перейти от автономного субъекта к контекстуальному субъекту, что неизбежно предполагает «контекстуализацию» психологии, означающую необходимость интеграции описаний контекста в целостное понимание индивидуальности [Гришина, 2009]. Рассмотрим индивидуального субъекта в мире как триединство его среды пребывания, самого субъекта и внутреннего мира субъекта в мире [Плющ, 2017с]. Такое понимание не является абсолютно новым, во множестве работ широкое распространение получила тринитарная структура психического, которая

обеспечивает ориентировку индивида в среде, организацию и регулирование его поведения, интеграцию индивидуума как целостности [Барабанщиков и др., 2007]. Человек не может быть полностью сведен ни к природным побуждениям, ни к социальным отношениям, ни к собственно феномену внутреннего «духовного, психического» мира, делающего его человеком определенного общества [Плющ, 2017d].

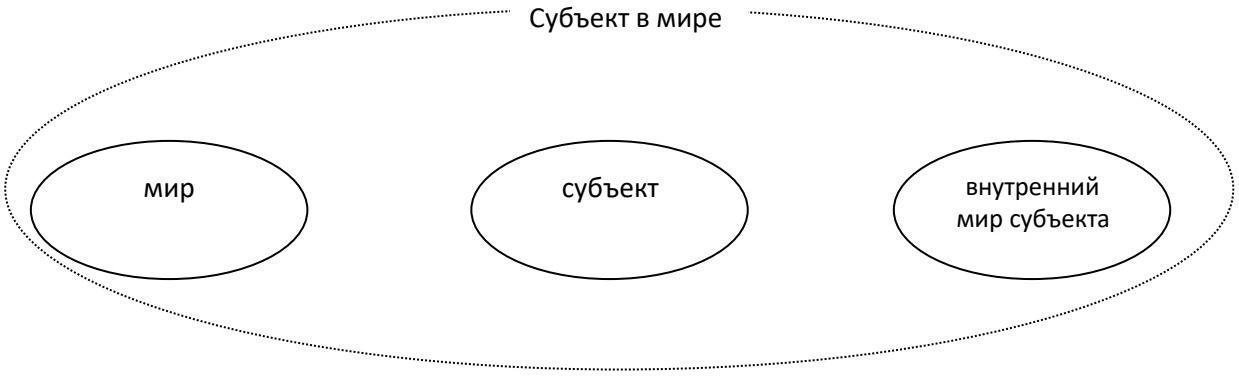


*Рис. 1.3.1.* Схема тринитарной организации модели субъекта в мире

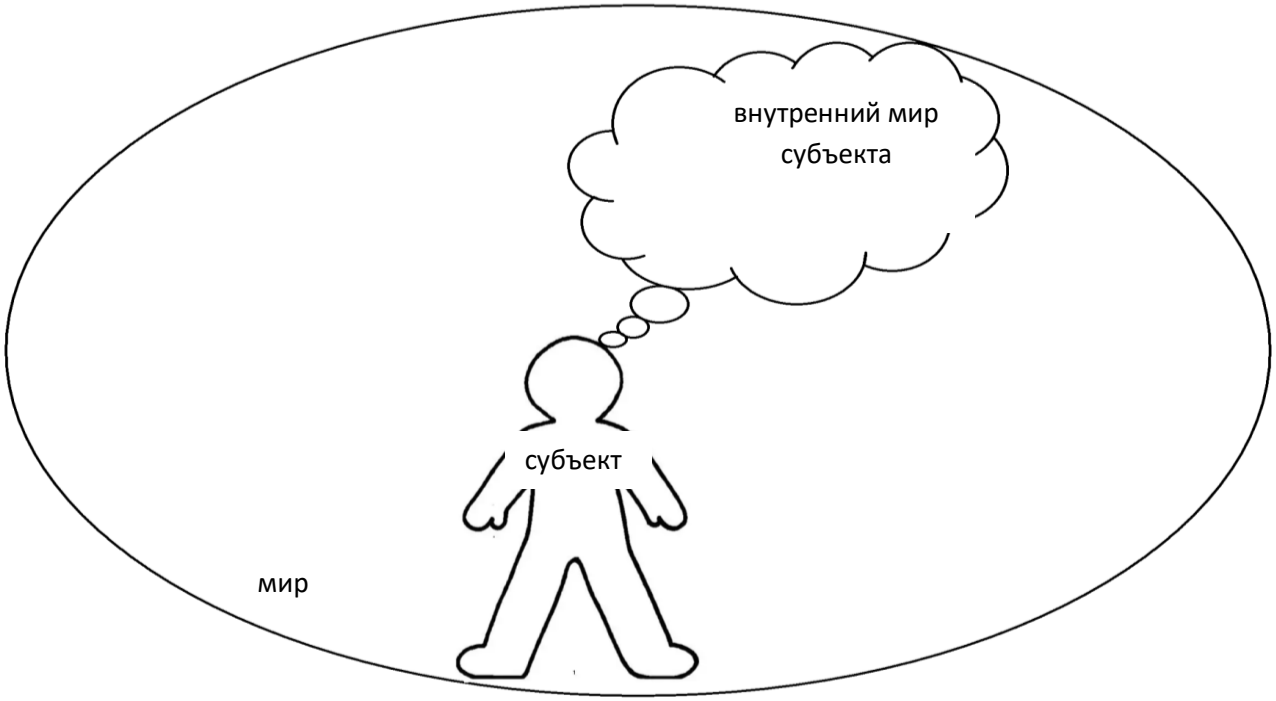


*Рис. 1.3.2.* Рисунок тринитарной организации модели субъекта в мире

Внутренний мир субъекта представляет собой процессы моделирования субъектом своего функционирования в мире, когда процессы жизнедеятельности воспроизводятся в ментальной организации субъекта (рис. 1.3.3-4). Субъект, являясь частью мира, порождает свой внутренний мир. С одной стороны,

жизнедеятельность включает в себя субъекта с его внутренним миром, с другой – субъект на основе своего внутреннего мира организовывает свою жизнедеятельность. Это явление двусторонней зависимости позволяет конструировать вложенные миры субъекта (текст в тексте).

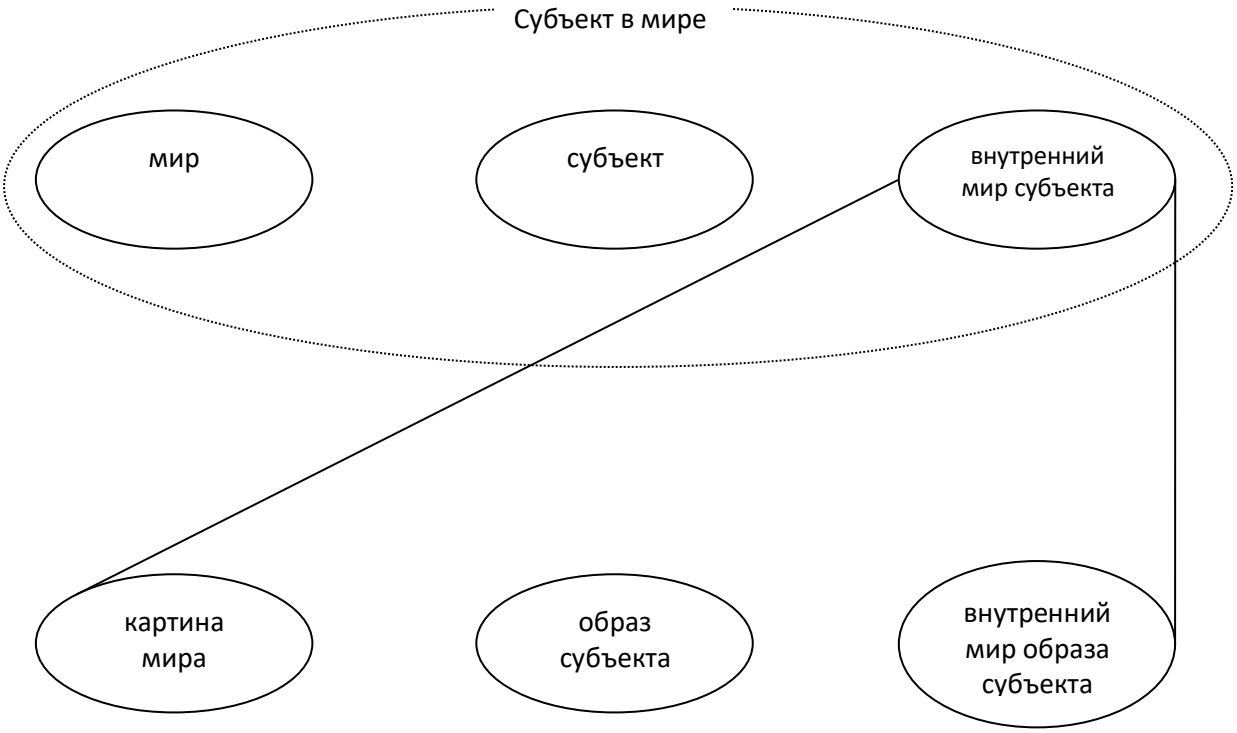


*Рис. 1.3.3.* Схема ментальной организации индивидуального субъекта

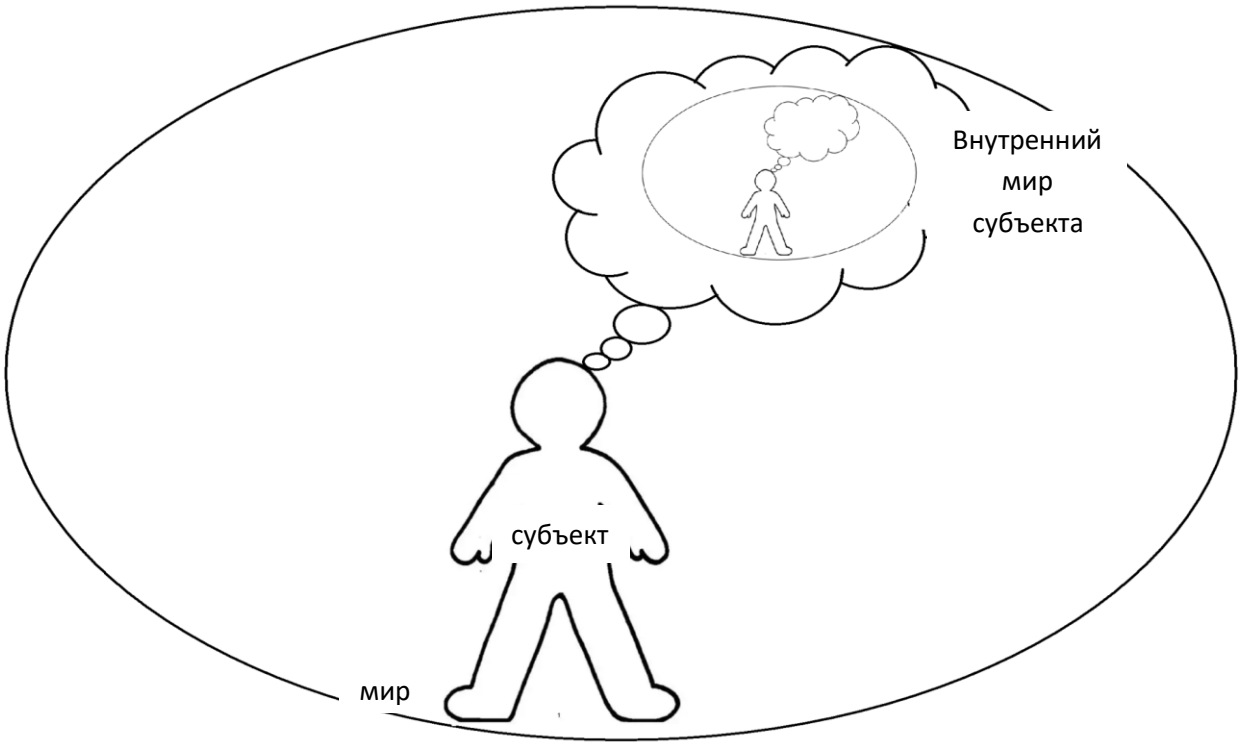


*Рис. 1.3.4.* Рисунок ментальной организации индивидуального субъекта

Понимание триединства целостного субъекта в мире предполагает различные способы соединения его частей (мира, автономного субъекта, внутреннего мира субъекта). Эти части могут составлять последовательность, функционировать параллельно, быть вложенными. При моделировании организации субъекта в мире фокусирование на отдельных частях приводит к дифференциации их структуры, а дальнейшая интеграция этих частей позволяет конструировать сложноорганизованную модель, в которой учитывается многообразие деталей мира, множество возможных способов взаимодействий субъекта с миром, нарастающая сложность организации внутреннего мира.

Тринитарная (текстовая) модель организации целостного субъекта в мире будет переноситься и на организацию внутреннего мира субъекта, которую можно представить в виде текста, автор которого – субъект – конструирует его в соответствии с собственным замыслом и имеющимся «ментальным инструментом». Сложность организации этого текста (внутреннего мира) обусловлена тем, насколько субъект в ходе аутокоммуникации смог проникнуть в собственный замысел, то есть сложность ментальной организации определяется рефлексивными возможностями субъекта [Плющ, 2005]. Рефлексия как обращенность субъекта на себя представляет собой конечную рекурсивную функцию, когда каждый последующий шаг увеличивает когнитивную сложность конструируемой модели, которая упирается в ограниченные резервы ментального потенциала субъекта.

Если субъект не способен конструировать свой образ, его внутренний мир выполняет функцию обратной связи (примером может служить деятельность нервной системы). Когда субъект становится способным конструировать собственный целостный образ, выделяя себя из окружающего мира, появляется такая форма организации внутреннего мира, как психика. Ее функцией является обеспечение исполнения программы жизнедеятельности, заданной генами.

Когда в теоретической модели мира субъекта появляется образ субъекта, обладающего собственной моделью, появляется новый уровень сложности

организации внутреннего мира субъекта. Со временем такому субъекту становится доступным конструирование образа другого субъекта, также обладающего собственной моделью действительности, которую можно использовать для совершенствования своей. Для обозначения такой формы организации внутреннего мира, при которой возможно ее дополнение конструктами моделей других субъектов, используется термин «сознание» (со-знание). Следствием такого понимания является социальная обусловленность организации внутреннего мира индивидуального субъекта, когда в ходе социализации он перенимает модель, предлагаемую ему социумом.

В сложноорганизованном обществе субъект способен конструировать внутренний мир по подобию организации социального мира, в деятельность которого он включен. Для обозначения организации внутреннего мира, развернутой во времени и конструируемой самим субъектом, будем использовать термин «дискурс». Жизнедеятельность как текст субъекта является проявлением дискурса, который представляет собой замысел жизнедеятельности, жизненную программу субъекта и способы ее реализации в сконструированной им модели действительности. Для определения конструкций внутреннего мира субъекта используются и другие термины – имплицитная теория, интенциональная картина мира, когнитивная карта, установка, социальные представления, схемы, сценарии, скрипты, стереотипы, геополитическое сознание, фреймы и др. [Андреева, 2005; Бурдье, 2005; Дроздов, 2016; Майнцер, 2009; Петренко, 2005].

Дискурс как конструируемая субъектом картина мира, включающая в себя неявный образ самого субъекта и схемы его поведения (см. рис.1.3.4), – это не слепок событий окружающего мира, а интеллектуальная реконструкция скрытого хода развития событий. Генерируемая в конкретной ситуации картина мира конституируется как целостность, в ней не описываются все подробности устройства мира во всех масштабах. Фокусирование на фрагменте картины происходит после определения позиции субъекта, что предполагает способы дискретизации целостной картины, позволяющие субъекту «нарезать» свой фрагмент мира в соответствии со своими предпочтениями. В выбранном

фрагменте мира субъект прогнозирует ход событий в рамках доступного ему горизонта.

В процессе жизнедеятельности индивидуальный субъект конструирует собственный дискурс, который можно интерпретировать как результат самоорганизации психической деятельности субъекта, на основании использования им знаковых систем, сконструированных социумом. Дискурс воспроизводится в жизнедеятельности субъекта, уточняется в коммуникациях с другими субъектами, оценивается и совершенствуется в ходе аутокоммуникации субъекта. Качество организации дискурса реализуется за счет его составляющих: полноты картины мира, наличия опыта жизнедеятельности субъекта в разнообразных ролевых позициях, качества мыслительных процессов, позволяющего интегрировать картины мира многочисленных ролевых позиций субъекта в единую целостность [Плющ, 2013d]. Следует учесть, что в организации дискурса заложена его принципиальная неполнота: картина мира может уточняться, наборы позиций – дополняться, способы интеграции – изменяться. Это предполагает возможность как самообновления дискурса субъекта, так и сотрудничества с другими субъектами, когда конструктивные элементы дискурсов других субъектов могут включаться в дискурс самого субъекта.

Дискурс позволяет субъекту осуществлять жизнедеятельность (управлять ее процессами), понимать других субъектов в ходе коммуникаций, вносить коррективы в свои представления в процессе аутокоммуникации. В такой трактовке дискурс можно воспринимать как силу, конституирующую субъекта, хотя эта сила порождается субъектом и выражает его устремления, которые поддаются коррекции. Феномен круговой причинности позволяет говорить о самоорганизации субъекта. Дискурс – это и организация внутреннего мира субъекта, и его инструмент, опосредующий взаимодействия с миром, с другими субъектами, с собой, в которых дискурс проявляется и обновляется.

Внутренний мир в зависимости от сложности модели его организации может представать в виде целостной синкретической структуры (психики),

динамической системной организации (сознания) или самоподобной структуры, развернутой во времени (дискурса). Дискурс как синергетическая модель ментальной организации индивидуального субъекта представляет собой не устойчивую неизменную конструкцию, а конструкцию, воссоздаваемую в ходе социального взаимодействия, то есть это текст, автор которого вместе со своим замыслом доопределяется субъектом в конкретной ситуации. Синергетическое понимание предполагает «нахождение» субъектом автора дискурса во внутреннем мире, что позволяет осуществлять экзистенциальное развертывание ментального потенциала субъекта в значимых для него ситуациях.

***Синергетическая модель организации общества***

Рассмотрим синергетическую модель организации общества [Плющ, 2014с]. По современным понятиям, общество представляет собой функционально дифференцированное целое, базирующееся на различении автономных функциональных подсистем, таких как экономика, политика, культура, как индивидуальные субъекты, группы, сообщества, как прошлое, настоящее и будущее [Гидденс, 2003; Луман, 2004]. Различия между функциональными подсистемами нивелируют принцип структурного единства, выводя на передний план коммуникацию, которая представляет собой смысловое воссоздание общества [Луман, 1995; Хабермас, 2003]. Социальные подсистемы вырабатывают собственные репрезентации, претендующие на целостность, абсолютность (универсальность) и всеобщность (полноту описания). Семантическое структурирование социальной системы обеспечивает необходимую связность, а через нее и целостность общества. Коммуникации каждой подсистемы разворачиваются внутри нее, во взаимодействии с другими подсистемами и как часть целостной системы. Образуется полисемантическая асимметрия, с одной стороны, нарушающая целостность всего общества, с другой – непрерывно воссоздающая его коммуникативными практиками. Такие представления приводят к тому, что общество уже не может рассматриваться как неизменная целостность, поскольку существует множество способов как его разделения на

части, так и интеграции, общество воспроизводится в непрерывном процессе коммуникации постоянно обновляющихся подсистем.

Использование синергетического подхода позволяет рассматривать общество как сложноорганизованную целостность, функционирующую на основе процессов самоорганизации ее частей [Аршинов, 1999; Князева, Курдюмов 1994; Хакен 1985]. Совместный анализ частей и целого приводит к их контекстуальному осмыслению, когда рассматривается субъект в группе, группа в обществе, общество как часть своей истории. Изучение сложноорганизованной системы предполагает рассмотрение единства трех аспектов ее функционирования: как автономной (закрытой) системы, как (открытой) системы, взаимодействующей с другими системами, как части метасистемы (выполняющей в ней некоторую функцию).

Рассмотрим общество как текст, составленный из элементов, образующих множественные структуры, в функционировании которых проявляется концепция организации общества. В составе общества выделим элементы трех типов – индивидуальных субъектов, группы, общество в целом. Индивидуальные субъекты образуют дискретные элементы социума, группы составляют системные элементы: группа характеризуется структурой и составляющими ее элементами (людьми). Общество, как мы приняли, относится к фрактальной целостности, в которой индивидуальные субъекты могут быть участниками многих социальных объединений, групп, составляющих социальную структуру (опять же множественными способами). При этом общество непрерывно воспроизводит себя, свою концепцию (социетальный дискурс), образуя с прошлым подвижное единство [Донченко, 1994; Луман, 2004].

Возрастание сложности организации общества обусловлено нарастанием сложности составляющих его элементов. Когда в качестве дискретного элемента возьмем индивидуального субъекта, то простейшей организацией общества является система. Эту организацию воспроизводит моноцентрическая модель общества, для которой характерна иерархическая структура с единственным центром конструирования социетального дискурса. В роли центра,

выполняющего функцию управления обществом, выступает государство, которое воспроизводит организацию общества на основе имеющегося у него дискурса. В связи с тем, что в обществе такого типа государство выражает интересы одного политического субъекта, оно становится аппаратом насилия и принуждения для других субъектов. По сути, модель моноцентрического общества во многом схожа с моделью тоталитарного общества. Но термин «тоталитарное общество» в общественном сознании имеет негативную коннотацию, а термин «моноцентрическое общество» подчеркивает особенности организации социальной структуры, позволяя рассматривать такое централизованное общество как один из необходимых этапов развития любого социума.

Если в качестве элемента общества рассмотрим систему (группу), то организация общества будет представлять собой систему систем. Подобной организации будет соответствовать модель полицентрического общества с групповым (системным) способом конструирования социетального дискурса, с развернутой в пространстве и во времени динамической иерархической социальной структурой. В ходе жизнедеятельности общества изменяется расклад сил субъектов, что приводит к изменениям сложившейся социальной структуры. В полицентрическом обществе в качестве субъекта, управляющего жизнедеятельностью общества на основе собственного дискурса, выступает групповой (системный) субъект, частями которого являются государство и другие влиятельные политические субъекты (партии, финансово-промышленные группы и др.).

В обществе такого типа предполагается системная организация государства, приводящая его к разделению ветвей власти на законодательную, исполнительную, судебную. Это позволяет государству задавать контекст функционирования общества, его имплицитный порядок, выполняя функцию согласования интересов влиятельных политических субъектов. В полицентрическом обществе, с одной стороны, наблюдается уменьшение роли государства как структуры управления, но с другой – отмечается возрастание его неявной роли как организатора группового субъекта, реализующего функцию

управления обществом. Есть тут один нюанс: «слабое» государство не способно защитить интересы представителей своего общества, выходящих на международную арену, такая защита – это удел «сильного» государства. Не случайно несамодеятельные общественные организации, то есть финансируемые из-за рубежа, так явно выступают за снижение роли государства в общественной жизни социума [Блум, 2013].

Наиболее сложной является организация сообщества, элементом которого служит некое общество. Организация такого сообщества будет представлять «общество обществ», или, в нашей терминологии, – текст текстов. Эта организация описывается моделью синергетического самоорганизующегося сообщества, в котором конструирование социетального дискурса осуществляется коллективными субъектами, устройство которых подвергается постоянным преобразованиям. Появление множества субъектов, желающих отстаивать свои дискурсы, свои цели развития, которые должны быть учтены в социетальном дискурсе, предполагает управление способами (само)организации субъектов при конструировании совместного дискурса социума. Поскольку организация сообщества усложняется и приобретает вид текста текстов, у государства проявляется новая функция – транслирование дискурса сообщества путем предложения модели организации сообщества как в межсубъектных коммуникациях, так и в повседневной жизнедеятельности. В таком сообществе наблюдается дальнейшее растворение роли государства как структуры, непосредственно управляющей жизнедеятельностью социума. Но государство не столько принимает роль «ночного сторожа», сколько делегирует полномочия субъектам общества, проводя свою политику через задание правил конструирования и функционирования структур управления, а при необходимости выступает кризисным менеджером [Грамши, 1990]. Вместе с тем, предлагая концепцию социетального дискурса и способы самоорганизации сообщества, позволяющие конструировать его коллективного автора, государство занимается вопросами стратегического планирования жизнедеятельности сообщества.

Нарастание сложности элементов, составляющих общество, приводит к различным моделям его организации: моноцентрической (система), полицентрической (система систем), синергетической (сообщество обществ), в которых государству присущи различные роли. Оно может выполнять функции управления жизнедеятельностью социума, организатора управляющей подсистемы, автора дискурса сообщества, определяющего смыслы и цели общего функционирования. Отметим, что реальное общество содержит элементы различной сложности, образуя переплетение организационных форм. Сложившаяся социальная реальность и способы ее организации, включая функции государственных структур, позволяют индивидуальным субъектам (ре)конструировать модель организации общества и само общество. Социальная реальность создается людьми, и она сама создает человека. Как следствие, индивидуальные субъекты в ходе социализации в силу своего понимания воспроизводят дискурс (содержащий модель организации общества), на основании которого конструируют социальную реальность.

В синергетическом подходе предусматривается рассмотрение не изолированного субъекта, а субъекта в мире. Конструирование дискурса изначально предполагает, что субъект, моделируя общество, видит себя (явно или неявно) в этом обществе. У него существуют три ролевые взаимодополняющие позиции, когда он может воспринимать себя в качестве автономного субъекта, взаимодействующего субъекта, части коллективного субъекта. Ориентация на собственную автономность приводит к формированию дискурса, в рамках которого конструируется модель общества, замкнутого на интересы субъекта. Примером может служить модель моноцентрического общества. Если в качестве одного из групповых субъектов рассматривать этническую группу, нацию, то ориентированные только на автономность, на собственную исключительность этой группы будут конструировать дискурс наци(онали)зма.

Взаимодействия с другими субъектами приводят субъекта к пониманию двухмерности пространства его позиций: по одной оси он самостоятельный деятель, по другой – один из субъектов группового взаимодействия.

Взаимодействующий субъект конструирует дискурс, исходя из понимания своей роли во взаимодействии и возможности принятия этой роли, его позиция может разворачиваться от согласия со сложившимися правилами взаимоотношений до отказа подчиняться этим требованиям, от доминирования интересов субъекта до его подчинения обстоятельствам. Если субъекты изначально принимают верховенство права и готовы к соблюдению установленных правил взаимодействия (законов общества), то обычно говорят о том, что они придерживаются дискурса либерализма.

Восприятие субъектом себя как части коллективного субъекта приводит к добавлению нового измерения в пространстве возможных позиций субъекта, которое становится трехмерным. Дальнейшее усложнение организации дискурса субъекта обусловлено учетом оценки значимости общества для жизнедеятельности субъекта. Если субъекты ориентированы на целенаправленное сотрудничество и совместное принятие решений, а «каждый поступает так, как если бы он в рамках своей собственной деятельности был ответственен за целое» [Хакен, 2010], то возникают «самоуправляемые команды» [Кейнер и др., 2013]. Для их участников значимость целого, в зависимости от сложности организации коллективного субъекта, будет проявляться в различных формах «командно ориентированного» дискурса – солидарности, общинности, коммунитаризма, соборности, коллективизма, коммунизма и др.

По мере включения субъекта в жизнедеятельность общества, когда он расширяет спектр своих социальных связей и видов деятельности, разворачивается сложность организации его дискурса, сложность модели общества. Происходит согласование опыта различных ролей субъекта в единую картину мира. Дискурс зрелого субъекта представляет собой сочетание дискурсов различных форм «автономности субъекта», «регуляции взаимодействий с другими субъектами», «значимости институтов общества».

Конструирование дискурса обусловлено сложностью организации социальных практик субъекта, сложностью социального контекста, в который он включен, и сложностью рефлексивных процессов субъекта, в рамках которых он

задает свою роль в этом мире [Плющ, 2009а]. Причем эта роль не является жестко закрепленной. Как в (идеальной) семье, в которой с момента рождения человек осваивает новые роли, изменяя свой вклад в общие усилия соразмерно своей зрелости, своим возможностям, и наступает время, когда он создает собственную семью с новой формой ее организации. Восхождение к синергетическому дискурсу, в рамках которого конструируется сложноорганизованная модель общества, предполагает определенную зрелость субъекта и его готовность к ответственности за целостность общества, учитывая интересы других субъектов. В изменяющихся условиях современного мира успешное функционирование общества предполагает непрерывное согласование дискурсов различных субъектов, которое обусловлено как формой организации общества, так и способом организации социетального дискурса.

В зависимости от того, кто представляет коллективного субъекта социума, выступающего в качестве автора совместного дискурса, выделяют различные способы организации социетального дискурса [Плющ, 2007а]. Один из субъектов, претендующий на универсальность предлагаемого им дискурса, может транслировать его на все общество, предполагая, что остальные субъекты в дальнейшем будут использовать заключенную в этом дискурсе модель социального устройства. В качестве такого субъекта достаточно часто выступает государство. Обычно это характерно для замкнутых обществ – с единым центром управления и узким кругом субъектов, допущенных к конструированию социетального дискурса. В качестве одного из образцов организации унитарного дискурса может выступать идея построения «коммунистического общества» в рамках «диктатуры пролетариата». Унификация социетального дискурса не обязательно присуща только тоталитарным обществам. Примером может служить заявление Ф. Фукуямы о «конце истории», когда, по его мнению, распространение в мире либеральной демократии западного образца свидетельствует о конечной точке социокультурной эволюции человечества и формировании универсальной окончательной формы правительства в человеческом обществе [Фукуяма, 2007]. Претензии на универсальность дискурса

следуют за социальными изменениями, отражая централизацию процессов управления на этом этапе развития общества (моноцентрическая модель общества). Некоторое время общество может опираться на такой тип дискурса, стабильность которого ставится под сомнение при столкновении с изменяющейся действительностью.

Когда в конструировании социетального дискурса участвует несколько непосредственно взаимодействующих субъектов, можно говорить о его системной организации, предполагающей «консенсусную интеграцию» дискурсов субъектов, участвующих в коммуникации [Луман, 2004]. При этом особенности организации социальной структуры отражаются в результатах коммуникации, когда вклад субъектов в совместный дискурс обусловлен занимаемой ими социальной позицией. В обществах системной организации выразителем социетального дискурса являются структуры управления («элиты»), которые транслируют его на все общество и организуют жизнедеятельность общества в соответствии с ним. В полицентрическом обществе (система систем) организация социетального дискурса воспроизводит организацию коммуникации элит, которые выражают дискурсы своих групп. «Сильные» субъекты, занимающие высокие места в иерархии, способны продвигать собственный дискурс, если «слабые» субъекты признают не только силу субъектов, но и их дискурс. Например, дискурс либерализма (верховенство права и соблюдения законов) выгоден тем «сильным» субъектам, которые участвуют в его конструировании и способны изменять его в соответствии со своими меняющимися интересами. Поэтому любые проекты, предлагающие альтернативные либерализму формы организации социума (подразумевающие перераспределение власти и ротацию авторов дискурса), подвергаются обструкции, а общества, пытающиеся реализовать эти проекты на практике, стараются реорганизовать извне [Блум, 2013].

Если коллективного субъекта, конструирующего совместный дискурс, составляет общество в целом, то можно говорить о синергетической организации социетального дискурса. В этом случае социетальный дискурс представляет собой

совокупность дискурсов субъектов, составляющих общество. Текстовая организация социума предполагает, что все субъекты (элементы социума) действуют в рамках социальных структур, которые функционируют в соответствии с синергетической концепцией социетального дискурса. В ходе социализации субъекты в силу своего понимания усваивают транслируемый им социетальный дискурс, в ходе взаимодействий с другими субъектами корректируют его содержание и в процессе жизнедеятельности общества своей деятельностью воспроизводят и общество, и социетальный дискурс в субъективной трактовке. Эти процессы круговой причинности создают возможность обновления как общества, так и социетального дискурса. Разнообразие субъективных дискурсов, составляющих социетальный дискурс, предполагает готовность к множественному будущему и альтернативным способам его достижения [Плющ, 2009b; Проблема сборки …, 2010]. К общему согласованному дискурсу приводит совместная жизнедеятельность субъектов общества, допускающая вариативность дискурсов субъектов в рамках достижения общей цели общественного развития. При этом общество в целом рассматривается как непрерывно трансформирующийся коллективный субъект, который постоянно воспроизводит свое предназначение в этом мире. Для сохранения преемственности развития общества позиционирование коллективного субъекта как автора социетального дискурса на всех уровнях его организации (индивидуальных субъектов, элит, государства) должно быть согласованным.

Социетальный дискурс, в котором предлагается модель самоорганизации общества, может иметь различную организацию – унитарную, системную, синергетическую, в зависимости от того, что представляет собой групповой субъект, конструирующий этот дискурс. С одной стороны, организация социетального дискурса может быть обусловлена организацией общества и содержанием дискурса, с другой стороны, исходя из принципа круговой причинности, – сама может обусловливать их. Для каждого общества в социетальном дискурсе соотношение дискурсов «национализма», «либерализма»,

«коллективизма» соответствует истории развития общества, существующим условиям и текущим особенностям функционирования социетального дискурса (ментальности этого общества).

Синергетическая модель организации общества предусматривает его текстовую организацию, то есть наличие элементов, структуры, концепции. Выделяются элементы различной организационной сложности – индивидуальные субъекты (дискретные целостности), групповые субъекты (системные целостности), общество в целом (текст). Структура общества может представлять собой систему, систему систем, сообщество обществ. Концепция общества (социетальный дискурс), воссоздающая предназначение общества в мире, может быть унитарной, системной, синергетической.

Рассмотрение общества как самоорганизующейся структуры предполагает, что существует автор, его замысел и текст (само общество) как выражение этого замысла. В этом случае автором общества можно назвать коллективного субъекта, участвующего в конструировании социетального дискурса. Замысел общества сконцентрирован в содержании социетального дискурса, а само общество, его жизнедеятельность будут постоянно разворачивающимся текстом, в процессе разворачивания которого изменяются и сам замысел, и его автор. Содержание текста будет определяться «личностью» автора, тем, насколько он способен понять идеи предшествующего текста, переосмыслить их и воплотить в современных реалиях.

Образ общества как «всеобъемлющей системы всех коммуникаций» [Луман, 2004] соотносится с современной моделью нелинейного мира и методологически согласуется с синергетическим образом самоорганизации нелинейной среды [Василькова, 2004]. Социальные коммуникации воссоздают общество и являются частью процесса его самоорганизации. При этом общество рассматривается в трех ракурсах: как пространство коммуникаций, как их (коллективный) субъект и как результат его самоорганизации.

***Социальное пространство и социальные коммуникации***

Процессы в обществе, в том числе и информационные взаимовоздействия, разворачиваются в различных измерениях социального пространства сложноорганизованного социума. Эволюцию представлений о социальном пространстве нельзя понять без учета истории развития математических идей о сущности пространства, которые являются отражением культурных представлений, формирующих общественную жизнь.

Социальное пространство может рассматриваться как физическое (или географическое) измерение пространства функционирования социальных субъектов. Достаточно часто под этим пространством понимают некую территорию, которая является специфическим общественным ресурсом. Например, информационные тексты субъектов социального пространства могут образовывать однородное пространство информационных текстов.

Пространство социальных коммуникаций утрачивает эвклидову изоморфность, о нем нельзя утверждать, что оно равномерно и одинаково для всех [Назарчук, 2012]. В этом измерении социальное пространство рассматривается как сеть отношений субъектов в рамках существующей социальной организации, где каждый субъект занимает определенную позицию. К пониманию системной организации социального пространства приводит его интерпретирование как со-бытия социальных практик субъектов, как многомерного силового поля, сотканного из множества социальных полей [Бурдье 2005]. В пространстве социальных коммуникаций информация приобретает значение не столько как целостный текст, сколько как носитель смыслов, которые содержатся в этом тексте. Потребители информации, (ре)конструируя ее смысл, помещают информацию в собственный контекст в зависимости от своей позиции в социальной организации социума.

Социальное пространство включает в себя внутренние миры людей. Когда люди верят, что их идеальные модели социальной действительности реальны, то они действуют, исходя из этих убеждений, таким образом, эти модели также стают реальностью (теорема Томаса) [Андреева, 2007]. Можно говорить о

дискурсивном измерении социального пространства, которое имеет фрактальную организацию. Элемент дискурсивного пространства понимается «не как отдельный атом или частица, а как пульсирующее поле взаимодействий» [Малинецкий, Курдюмов, 2002]. Взаимодействие субъектов предполагает их готовность строить совместный дискурс социума, исходя из качества дискурсов каждого из субъектов. Информация является фрагментом дискурса, предоставляющая возможность потребителю его реконструировать, если он (потребитель) обладает соответствующим потенциалом.

Предлагаемая модель организации социального пространства общества подобна организации жизнедеятельности индивидуального субъекта: физическое пространство жизнедеятельности, пространство взаимодействия субъектов, дискурсивное пространство. По аналогии, информационное пространство общества составляют: пространство доступной информации (знаковых текстов), пространство взаимодействующих субъектов, транслирующих и интерпретирующих информацию (заложенные в ней смыслы), пространство дискурсов субъектов социума. Изучение социальных процессов информационного взаимодействия предполагает понимание исследователем используемых им моделей организации социального и информационного пространств.

Информационное общество сопровождается усилением коммуникативного начала в жизни социума. Коммуникацией традиционно принято называть обмен значениями (информацией) между субъектами посредством общей системы знаков в рамках совместной деятельности [Кашкин, 2000; Почепцов, 2001в]. Коммуникации развертываются в каждом из измерений социального пространства. В физическом измерении коммуникация сводится к механической передаче информации как знаковых текстов, в социальном измерении рассматривается как взаимодействие субъектов, в дискурсивном измерении – как конструирование совместного дискурса (общей программы жизнедеятельности).

В коммуникациях могут участвовать различные субъекты общества: индивидуальные, групповые, общество в целом. Индивидуальные субъекты,

участвующие в коммуникации, могут рассматриваться в трех проекциях: как автономные субъекты, как участники неких групповых субъектов, как граждане общества. Рефлексивная позиция получателя информации, обусловливающая формат коммуникации, может навеиваться как носителем информации, так и технологическими способами передачи информации [Маклюэн, 2003; Poster, 1990]. Например, устный обмен информацией «лицом к лицу», где собеседник задан изначально как частное лицо, предполагает межличностную коммуникацию индивидуальных субъектов. Передача информации посредством СМИ, как правило, предполагает социальный контекст ситуации получения информации, неявно подразумевая коммуникации представителей групповых субъектов [Иванов, 2013; Леонов, 2011]. Социальные коммуникации в рамках деятельности социальных институтов подразумевают, что их участники воспроизводят социетальный дискурс общества как соавторы этого дискурса.

Если дискурс субъекта (ре)конструируется в ходе жизнедеятельности субъекта, коммуникаций с другими субъектами, аутокоммуникации, то дискурс социума, аналогично, воспроизводится в ходе жизнедеятельности общества, в пространстве социальных коммуникаций его субъектов, в аутокоммуникации социума. В социуме функционируют специальные рефлексивные структуры (например, системы образования и науки), участвующие в аутокоммуникации, которые отвечают за качество социетального дискурса и его совершенствование.

Коммуникативное действие, ориентированное на взаимопонимание, является базой для воспроизводства структур общества. Пространство социальных коммуникаций представляет собой инструмент самоорганизации социума, воспроизводя его дискурс. В условиях открытого общества в пространстве социальных коммуникаций могут быть представлены фрагменты дискурсов других обществ, которые, в общем случае, предоставляют возможность дополнения и совершенствования дискурса социума. В информационном обществе в пространство социальных коммуникаций развертывается конкуренция социальных проектов, наиболее соблазнительный проект будет привлекать все больше сторонников и желающих в нем участвовать.

Коммуникации управляются субъектами в рамках их дискурсов, в которых заложены схемы поведения, что позволяет принимать решения автоматически, воспользовавшись уже готовыми решениями [Луман, 2005; Potter, Wetherell, 1987]. Это приводит к тому, что управление дискурсом общества, которое, на первый взгляд, гораздо менее трудоемко, чем управление обществом, позволит управлять процессами коммуникаций, а значит, и конструируемой социальной реальностью. Зависимость субъектов коммуникации от внешних средств (богатства, власти, престижа) создает благодатную почву для внедрения новых механизмов управления социумом через управление общественным сознанием путем программирования дискурсов, используемых субъектами общества [Луков, 2007]. Идеи способны изменять состояние и поведение людей и в связи с этим обладают потенциалом, могущим как объединять общества, так и создавать возможности для дезинтеграции достаточно устойчивых общественно-идеологических систем [Московичи, 1998; Brzezinski, 1970].

В норме социальная система уравновешивает флуктуации социальной среды, не позволяя себе выйти за границы каких-то рамок, ведущих к ее кардинальным преобразованиям. В информационном обществе, обладающем сверхпроводимой информационной инфраструктурой, даже локальное малозначимое событие может обрести глобальный масштаб и привести к структурным изменениям всего общества вопреки всем традиционным канонам инерционности социальных систем и их способности к гомеостатическому саморегулированию [Сляднева, 2001б]. В условиях современного мира, когда информационное пространство любой страны является открытой, незамкнутой структурой, управление социальными коммуникациями подразумевает переход от явной конкуренции политических субъектов к интеллектуальной конкуренции социальных проектов, предлагаемых в рамках дискурсов этих субъектов.

Предложенные синергетические модели ментальной организации индивидуальных субъектов и организации общества позволяют моделировать процессы социальных коммуникаций. Общество рассматривается как совокупность авторов транслируемой информации, как пространство их

коммуникаций, как реконструированный в процессе коммуникаций субъектов общества социетальный дискурс. Социальные коммуникации представляют собой обмен информацией субъектов общества, воспроизведение организации жизнедеятельности социума, процесс совершенствования социетального дискурса.

## Выводы к первой главе

Выявлено, что постиндустриальное общество характеризуется возросшим потоком информации, усложнением форм социальной организации в условиях культурного многообразия, возрастанием роли социальных коммуникаций в осуществлении процессов управления жизнедеятельностью общества.

Задан инструмент исследования социальных процессов постиндустриального общества – синергетический подход, который позволяет изучать природные явления и процессы на основе принципов самоорганизации сложноорганизованных систем.

Показано, что этот подход может применяться и как общенаучная методология, и как междисциплинарный подход, и как метод исследования в конкретной области, в частности, при изучении процессов социальной коммуникации в постиндустриальном обществе.

Раскрыто, что в основе синергетического подхода лежит понимание тринитарной организации универсума, которое предполагает наличие у исследователя трех позиций в физическом, социальном, ментальном измерениях мира. Конструируемые теоретические модели могут быть представлены в виде самоорганизующейся структуры – текста, у которого есть автор со своим замыслом.

Предложена синергетическая модель организации общества, автором текста которого являются субъекты общества, воспроизводящие его организацию в соответствии с непрерывно обновляемым социетальным дискурсом (социокультурным проектом). Коммуникации субъектов, являясь социальными процессами самоорганизации общества, обеспечивают (ре)конструирование социетального дискурса.

# ГЛАВА 2
# СПЕЦИФИКА СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ПОДХОДА ПРИ АНАЛИЗЕ ПРОЦЕССОВ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ

*Информационное влияние рассмотрено как неотъемлемая часть коммуникации субъектов. Проанализированы смысловые трансформации понимания коммуникации в исторической перспективе. Отмечено, что использование синергетического подхода при анализе процессов информационного влияния приводит к социально-психологическому ракурсу их анализа.*

## 2.1. Информационное влияние в контексте коммуникации

В связи с тем, что осуществление информационного влияния возможно только в рамках коммуникации, понимание коммуникации достаточно часто сводится к ее информационной составляющей. В традиционном представлении под коммуникацией (лат. communicatio – сообщение, передача) понимается процесс передачи информации, ее движение, обмен между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать [Березкина, 2008; Кашкин, 2000; Урсул, 1971]. Участниками процесса обмена значениями посредством общей системы символов (знаков) могут выступать как индивидуальные субъекты, так и групповые. В последнем случае рассматривается массовая коммуникация, под которой понимается институционализированное производство и массовое распространение символических материалов на относительно большую аудиторию [Брайант, Томпсон, 2004; Дьякова, Трахтенберг, 1999; Черных, 2007].

Обычно информационное влияние понимается как социально обусловленный феномен, основной функцией которого является воздействие на аудиторию через содержание передаваемой информации [Березкина, 2008;

Конецкая, 1997; Осипова, 2001]. Информационное влияние можно рассматривать как деятельность, что позволяет говорить о сопряженности коммуникации и действия [Кашкин, 2000; Квале, 2003; Остин, 1986]. В этом случае коммуникация рассматривается как «социальная интеракция через сообщение», как механизм координации взаимодействующих равноправных социальных субъектов [Хабермас, 2003]. Можно говорить не столько об информационном воздействии на адресата (однонаправленная коммуникация), сколько о взаимодействии (двунаправленная коммуникация) участвующих в коммуникации субъектов. Наличие обратной связи приводит к тому, что простая коммуникация становится возможной «лишь в рекурсивной сети предшествующей и последующей коммуникации» [Луман, 1994] и представляет собой не множество отдельных самостоятельных операций, не связанных между собой, а системную целостность, состоящую из взаимосвязанных событий.

Осознание текстуальной природы социального мира [Дридзе, 1996; Рикер, 2008] позволяет анализировать деятельность по организации информационного влияния как текст, выражающий замысел субъекта влияния. Этот текст (деятельность) субъекта распространяется во времени и пространстве. Текст может представлять отдельное ситуативное дискретное сообщение, совокупность нескольких сообщений (текст текстов) и непрерывное конструирование текста жизнедеятельности. Если потребитель информации не имеет доступа к транслируемому тексту субъекта влияния, считается, что информационное влияние не происходит. Вместе с тем для понимания замысла субъекта влияния, потребитель информации не обязательно должен иметь прямой доступ к содержанию информации, этот замысел может проявляться в организации коммуникации и в процессах жизнедеятельности. В любом случае коммуникация между субъектами состоится, только рамки ее понимания могут быть расширены за пределы непосредственного взаимодействия субъектов.

Любая социальная система имеет коммуникативную природу: коммуникация является элементарной социальной операцией, конституирующей общество как систему [Луман, 1995]. Контактирующие субъекты предлагают

свою символическую конструкцию описания мира и происходящих в нем событий, при этом в процессе их взаимодействия могут происходить трансформации этих конструкций как результат взаимовлияния [Березкина, 2008; Соколов, 2002]. Коммуникации порождают не столько обмен информацией, сколько постоянно возникающую смысловую избыточность, которая через семантическое структурирование социальной системы обеспечивает необходимую связность, а через нее и целостность общества. Процессы социализации индивидуальных субъектов, структурирования групповых субъектов, интеграции общества с необходимостью протекают в дискурсивном пространстве социума [Хабермас, 2000]. По сути, коммуникация представляет собой специфический процесс самоорганизации целостного социума, его самовоспроизводства в изменяющихся условиях из-за неизбежных флуктуаций социального порядка.

Смысл понятия коммуникации также связан с регулятивным аспектом взаимодействия, «любое речевое поведение является целенаправленным» [Якобсон, 1985], воздействуя на других людей, на их поведение [Блакар, 1987; Грайс, 1985; Поршнев, 1979]. Г. Почепцов отмечает, что исторически целью коммуникации было принуждение другого к выполнению того или иного действия [Почепцов, 2015]. Основными «точками отсчета» при этом оказываются такие скрытые «пружины», как мотивационно-целевая или интенциональная первопричина коммуникации [Адамьянц, 2009; Дридзе,1984]. В связи с этим информация превращается в инструмент управления социальной реальностью. Уже от целей коммуникаторов будет зависеть ориентация коммуникаций на достижение консенсуса как основного фактора солидарности и стабильности общества [Хабермас, 2003] или на дезинтеграцию социума [Бжезинский, 2009].

В рамках существующих теорий информационного влияния можно выделить три подхода: информационный, конструктивный, прагматический. В них последовательно информационное влияние рассматривается как результат механистического процесса передачи информации, взаимодействия субъектов, конструирующего их социальную организацию, согласования целей участников

коммуникации. В качестве субъектов информационного влияния могут выступать индивидуальные субъекты, групповые субъекты, общество в целом. В сложноорганизованном обществе субъект априори не может быть носителем «объективной» информации. Информационное влияние индивидуального субъекта проявляется в распространении информации, в отстаивании интересов групповых субъектов, частью которых он является, в продвижении дискурса, которого он придерживается.

В синергетической трактовке информация представляет собой проявление дискурса, который в имплицитном виде содержит программу действий субъекта по достижению запланированных им целей. Информационное влияние субъекта рассматривается как распространение им информации во времени и пространстве с целью утверждения его дискурса. Оно представляет собой неотъемлемую часть сложно организованного процесса социальной коммуникации, в ходе которого субъекты декларируют дискурсы (как замыслы жизнедеятельности), согласовывают их и конструируют совместный дискурс. Включенность субъекта в социальные практики общества, организация пространства социальных коммуникаций с его разнообразными представителями, качество сформированного дискурса позволяют субъекту оценить потенциал предлагаемого дискурса и воспользоваться им для коррекции собственного дискурса в случае необходимости.

Коммуникация представляет собой дискурсивное взаимодействие субъектов, опосредованное знаковыми текстами, в ходе которого происходит конструирование совместного дискурса. Она является инструментом самоорганизации целостного социума, непрерывным имманентным процессом трансформации коллективного сознания [Пронина, 2002; Юдина, 2004]. Рассмотрим преобразования дискурса, исходя из теории трехфазовой коммуникации: докоммуникативной – коммуникативной – посткоммуникативной [Конецкая, 1997].

До начала коммуникации каждый субъект опирается на собственный нормативный дискурс, который имеет множество дефиниций: естественный

взгляд на мир, нормативная модель мира, установка, картина мира, аттитюд, диспозиции, убеждения, габитус и т.д. [Андреева, 2005; Бурдье, 2005; Петренко, 2005; Ядов, 1995, и др.]. Картина мира, которая часто повторяется, становится образцом, нормой для субъекта. Впоследствии эта модель мира, конструируемая субъектом, экономя его усилия, автоматически воспроизводится в ситуациях коммуникации и фактически становится для него «объективной» реальностью.

Восприятие аспектов реального мира, релевантных для функционирования субъекта, происходит с опорой на признанные процедурные правила мышления, заложенные в нормативном дискурсе [Шюц, 2004]. Реальный мир слишком велик, сложен и изменчив, чтобы его можно было охватить в целостности. Человек вынужден создавать его упрощенную, скорее свернутую, модель и ориентироваться в пространстве, уже исходя из нее, когда в данной ситуации осознается только то, что попадает в фокус внимания. Опора на привычную, обыденную картину мира, заложенную в нормативном дискурсе, приводит к тому, что становится необязательным определять каждую ситуацию заново, шаг за шагом. Многие из возникающих ситуаций могут быть отнесены к разряду уже встречающихся (стереотипных), и тогда можно предвидеть действия, которые нужно совершить в этих ситуациях. Предусматривая стабильную основу протекания человеческой деятельности, привычная картина мира нормативного дискурса освобождает энергию для принятия решений в тех случаях, когда это действительно необходимо. Важным психологическим последствием этого оказывается экономия времени и усилий, когда уменьшение объема анализируемых явлений дает возможность сфокусироваться на главном.

Сжатие дискурса достигается тем, что вместо большого числа факторов, от которых зависит состояние системы (так называемых компонентов вектора состояния), рассматривают немногочисленные параметры порядка. Так именуют величины, от которых зависят компоненты вектора состояния системы и которые, в свою очередь, влияют на параметры порядка [Аршинов, Буданов, 2002]. В синергетике сложная многомерная динамика системы описывается небольшим числом параметров порядка, демонстрируя простое поведение. Согласно

принципу подчинения, параметры порядка детерминируют поведение отдельных частей или элементов системы. Преимущество описания поведения сложных систем путем определения параметров порядка и применения принципа подчинения состоит в существенной редукции степеней свободы, в огромном сжатии дискурса. Вместе с тем фокусирование на фрагменте позволяет развернуть его свернутую сложноорганизованную модель, если хватает знаний в этой области.

В ходе коммуникации субъекты реконструируют транслируемый дискурс другого субъекта на основе анализа информационных текстов. Контекстуальное понимание информационного влияния приводит к тому, что коммуникативные процессы рассматриваются как идущие на двух уровнях: коммуникативном и метакоммуникативном [Бейтсон, 2000; Почепцов, 2001в]. На коммуникативном уровне осуществляется передача текстов, на метакоммуникативном – через модус передаваемого сообщения происходит взаимодействие субъектов. Метакоммуникативные процессы должны соотноситься с набором типов дискурсов коммуникативного поведения, принятых в данной социальной структуре. Будучи знаковым текстом в социальном тексте, информация приобретает свое значение только в контексте ситуации коммуникации, в связи с этим понимание использования единичного текста невозможно без привлечения других текстов. В конкретной ситуации дискурс автора проявляется как в тексте сообщения, так и в организации коммуникации, то есть транслируется одновременно, обеспечивая возможность множественных интерпретаций дискурса.

Существование двух уровней коммуникации предполагает контекстуальную неопределенность ситуации коммуникации, собеседники в коммуникации должны совместно ее преодолевать. Реконструкция целостного дискурса автора в условиях многообразия смыслов подразумевает сложность ментальной организации потребителя информации, способного совершать такие реконструкции, и не всегда осуществима. Если смысл передаваемого сообщения доступен многим потребителям информации, то гораздо меньшее их число может реконструировать цели авторов информации [Адамьянц, 2009].

На докоммуникативной фазе коммуникации потребитель опирается на целостный нормативный дискурс, находящийся в свернутом состоянии. В коммуникативной фазе коммуникации потребитель, используя собственный дискурс в качестве инструмента анализа дискурса другого субъекта, реконструирует транслируемый дискурс. Это приводит к ситуации «взаимодействия» нормативного и реконструируемого дискурсов, к тому, что на посткоммуникативной стадии коммуникации потребитель конструирует совместный дискурс. При его конструировании потребитель периодически опирается то на один дискурс, то на другой. «Блуждание» потребителя приводит к процессам его самоорганизации, когда интегративный дискурс доопределяется в ходе аутокоммуникации (коммуникации в коммуникации) потребителя информации.

Как отмечает Ю. Хабермас, подлинная коммуникация есть механизм координации взаимодействующих равноправных социальных субъектов, объединенных не только общими потоками сведений, но и едиными нормами и ценностями, регулирующими процесс обмена сообщениями и их общее понимание [Хабермас, 2000]. При этом коммуникация – это способ создания новой структуры, а не только способ трансляции информации [Луман, 2004]. Задавая формат коммуникации, потребитель взаимодействует с информацией, с автором информации, с дискурсом автора информации.

Информационное влияние как продвижение в процессе коммуникации дискурса одного из субъектов общества изначально оказывается ограниченным в своих возможностях. Во-первых, дискурс потребителя информации конструируется не только в ходе социальных коммуникаций. Во-вторых, в сложноорганизованном обществе существует конкуренция дискурсов и их носителей в пространстве социальных коммуникаций. Дискретность организации социального пространства предполагает соперничество социальных субъектов за обладание таким дефицитным (ограниченным) ресурсом, как место на аренах артикуляции публичного дискурса [Хилгартнер, Боск, 2008]. Конкуренция социальных субъектов автоматически ограничивает возможности некритического

усвоения дискурсов одного из них. Можно провести удачную информационную кампанию, но если она не будет подкреплена социальной практикой и реальными достижениями в жизни общества, то эффективность последующих коммуникаций будет затруднена. В-третьих, в изменяющемся мире социетальный дискурс как проект идеального общества тоже будет претерпевать изменения. Синергетическое понимание общества приводит к осознанию парадигматической неопределенности целей общественного развития. Не существует некоей конечной цели, к которой можно прийти за определенное количество шагов (скорее эта цель напоминает блуждающий аттрактор).

Информационное влияние как деятельность по продвижению дискурса субъекта влияния организуется в контексте ситуации коммуникации, осуществляется посредством коммуникации и является целью субъектов коммуникации. Эта деятельность совершается в ходе социальных коммуникаций, которые воссоздают общество и являются частью процесса его самоорганизации. Общество представляет собой информационное пространство коммуникации, социальное пространство коллективного субъекта коммуникации (включающего и автора, и потребителя информации), дискурсивное пространство согласования имплицитных целей коммуникации. Дискурсивное взаимодействие субъектов общества подразумевает, что они, реализуя в ходе коммуникации частные цели, конструируют совместный дискурс, являющийся частью социетального дискурса. Происходит «коммуникация в коммуникации», когда коммуникация субъектов является частью процесса воспроизводства социетального дискурса.

## 2.2. Смысловые трансформации понимания коммуникации в исторической перспективе

Можно выделить два способа исторической реконструкции научных трудов. Первый – обзорный анализ, когда исследователь приводит список доступных ему научных теорий и предлагает способы их типологизации (классификации), исходя из общности отдельных конструктов различных теорий. Большинство

существующих обзоров в области социальных коммуникаций построены именно по такому принципу [Василькова, 2004; Гавра, 2011; Кужелева-Саган, 2006; Матьяш, 2002; Назаров, 2003; Почепцов, 1998 и др.]. Результат – список научных направлений (школ), который способствует выстраиванию различных связей между этими школами, их взаимному обогащению, возникновению «синтетических» и выявлению новых, ранее не использовавшихся, ресурсов в изучении данного феномена и его производных [Кужелева-Саган, 2006]. Вместе с тем всегда возникает вопрос полноты списка приведенных теорий, субъективности критериев классификации и, в конечном итоге, значимости выделенных школ и важности критериев их различения для понимания логики развития научного знания. Если приведены основные научные школы, то не учет отдельных теорий в рамках этих школ не будет приводить к затруднениям в понимании логики развития науки. Но если представители некоторых направлений по каким-то причинам вне досягаемости конкретного исследователя или в обзоре не представлены новые теории, у которых еще мало последователей и их вклад в развитие науки еще не отрефлексирован научным сообществом, то представленная общая логика развития будет носить локальный характер. С добавлением новых теорий она может кардинально трансформироваться.

Второй способ исторической реконструкции научных теорий – субъективное задание модели развития теоретического знания [Плющ, 2018b]. Исследователь изначально предлагает историческую логику развития теоретических воззрений в данной области науки. Если в типичной классификации каждая теория относится к одному типу, то в данном случае цель иная – построить пространство, где эти теории размещаются. Позиционирование конкретных теорий будет иллюстрировать общую логику развития научных взглядов, и пропуск отдельных теорий и даже школ не столь принципиален, если общая канва изложения остается понятной. Вместе с тем возникает вопрос о качестве логики теоретической реконструкции, предложенной исследователем. Если учесть, что количество научных теорий неуклонно нарастает (только в семи американских учебниках по теории коммуникации насчитывается 249 различных

теорий [Крейг, 2003]), то логика исторического развития теоретических воззрений в данной области все больше будет задаваться исследователем, исходя из его методологических воззрений. Если сконструированная модель соответствует логике исторического процесса, то «знание некоторых принципов легко возмещает незнание некоторых фактов» [Гельвеций …].

В рамках используемой синергетической методологии модель изучаемого феномена задается следующим способом: описываются его конструктивные элементы, устанавливаются их взаимосвязи во времени (на основе которых организуется структура), указывается функция изучаемого объекта в контексте ситуации изучения (функция задается исследователем, исходя из его понимания). Синергетическое понимание коммуникации основано на тринитарной модели коммуникации «автор – текст – читатель», идущей еще от Аристотеля [Аристотель, 2000]. Эта модель развертывается исследователем в конкретную теорию, когда исследователь коммуникации помещает взаимодействующих посредством информации субъектов в социальный контекст, приписывая им некие устремления. Коммуникация рассматривается как дискурсивное взаимодействие субъектов общества, воспроизводящих в коммуникации фрагмент социетального дискурса. Теоретическая модель коммуникации конструируется вокруг понимания исследователем взаимодействующих субъектов как целого в пространстве и во времени, исходя из предполагаемой сложности составляющих коммуникации [Плющ, 2012а].

Понимание коммуникации как единства, состоящего из трех компонентов – информации, автора, потребителя информации, приводит к тому, что теории коммуникации размещаются в трехмерном пространстве (рис. 2.2.1.). По одной оси прослеживается развертывание понимания информации – знаковый, социальный, дискурсивный текст. По другой оси развертывается понимание роли автора информации в коммуникации – автономный субъект; взаимодействующий участник коммуникации; автор, являющийся частью коллективного субъекта участников коммуникации. Потребитель информации рассматривается как участник коммуникации, который после реконструкции дискурса автора

информации конструирует совместный дискурс коммуникации. Соответственно этой трактовке, по третьей оси развертывается понимание сложности организации совместного дискурса – механическая, системная, фрактальная целостность.

В первом приближении модель развития теорий коммуникации можно представить в виде трехмерной фигуры, усложняющейся организации. Отметим, что выделенные компоненты коммуникации, в свою очередь, могут детализироваться. Тексты могут иметь различную сложность организации. В качестве субъектов, участвующих в коммуникации, могут рассматриваться индивидуальные субъекты, групповые субъекты, общество в целом. Дискурс может заменяться другими представлениями исследователя об организации внутреннего мира участников коммуникации.

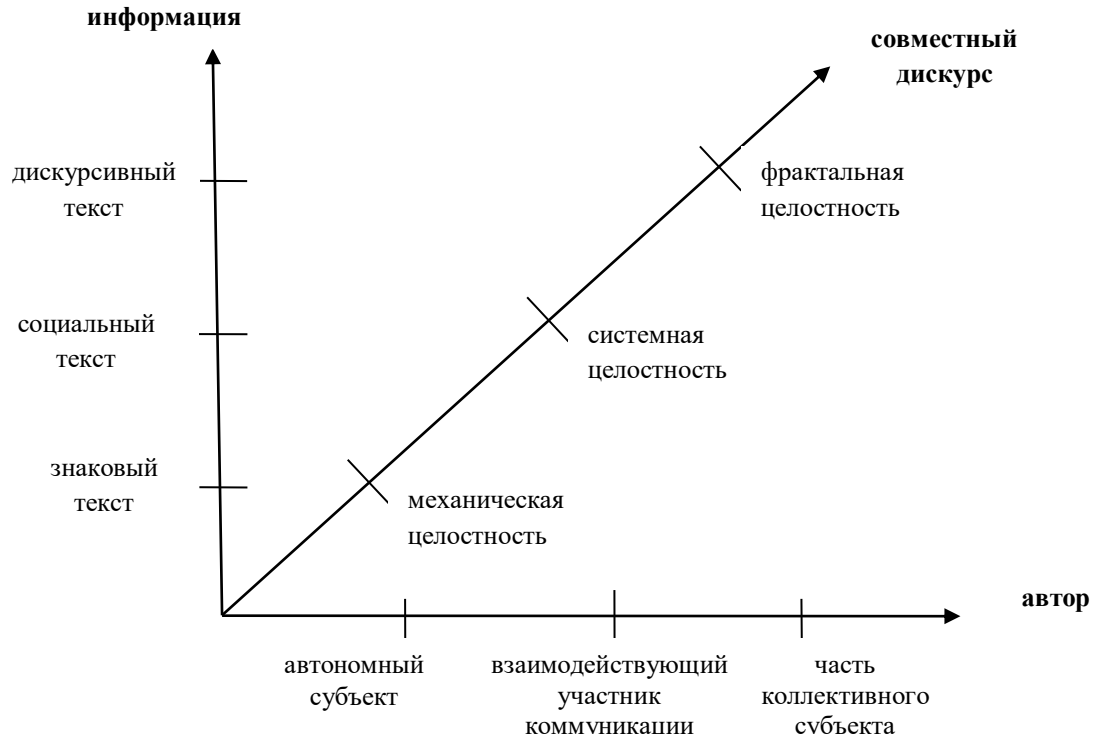


*Рис. 2.2.1.* Схема организации пространства, в котором размещаются теории коммуникации

Со временем исследователи овладевают более совершенным инструментом теоретического моделирования, когда на основе дифференциации составляющих коммуникации объединяют их в сложные конструкции, конструируя целостные теории. Как результат, вследствие комбинирования различных элементов и

возможных способов их соединения появляется многообразие возможных теорий. Благодаря технологическому развитию общества появляются новые носители информации, совершенствуются социальные технологии, что приводит к новому витку развития теорий коммуникации.

Сложность используемой в теории модели коммуникации задается исследователем, исходя из особенностей используемого инструмента анализа в рамках предполагаемой методологии. Задав синергетическую методологию, при конструировании моделей коммуникаций будем опираться на три парадигмы коммуникации: субъект-объектную, субъект-субъектную, парадигму коллективного субъекта. Под парадигмой будем понимать ряд предположений, универсально принятых в данной науке и постоянно используемых при интерпретации наблюдаемых фактов [Нестеров …]. Для каждой из этих парадигм можно выделить свой тип концептуальных моделей коммуникации: односторонняя, двусторонняя, синергетическая (рис. 2.2.2) [Плющ, 2011с].

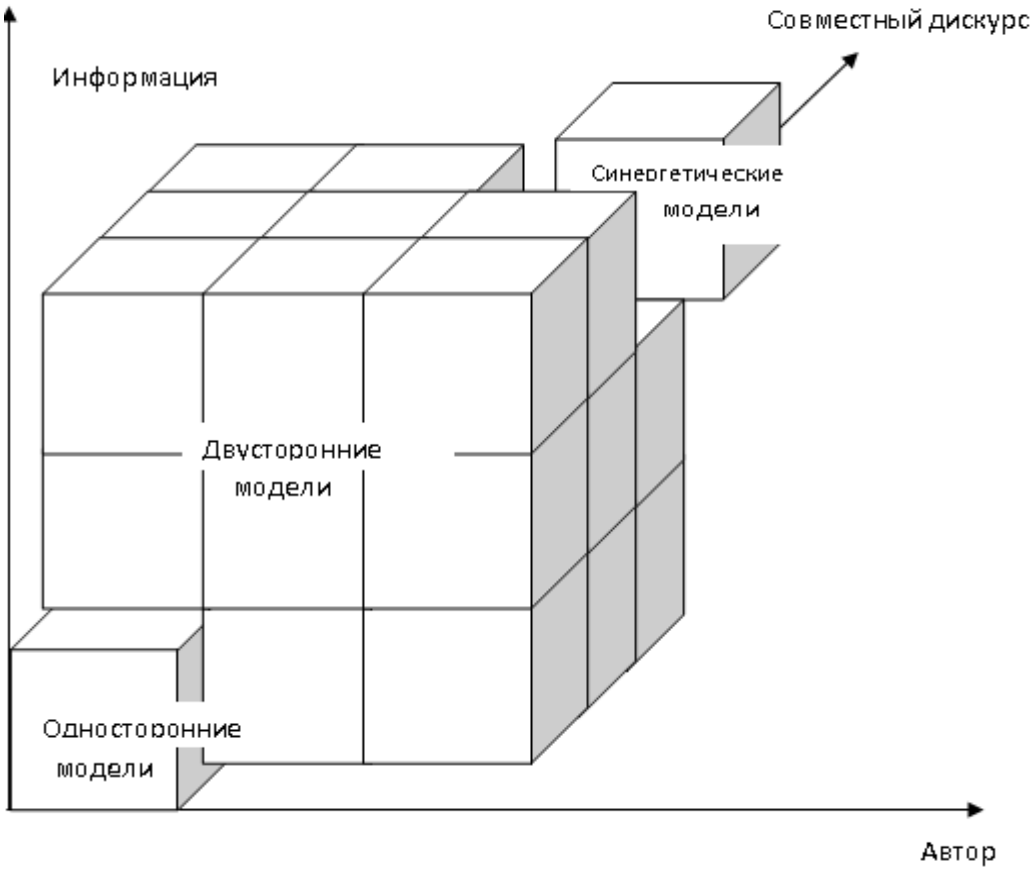


*Рис. 2.2.2.* Пространство концептуальных моделей коммуникации (идея кубика взята из работы Плющ С.М. Зв'язок особистісних та індивідуально-психологічних особливостей у розумовій стомлюваності: дис. ... канд. психол. наук. – К., 1998)

В рамках субъект-объектной парадигмы, в соответствии с которой один из участников коммуникации рассматривается как пассивный объект воздействия другого, конструируются модели, для которых характерна наименьшая сложность организации составляющих коммуникации. Коммуникация осуществляется в физическом измерении пространства жизнедеятельности, ее субъекты рассматриваются как автономно действующие участники одноразового действия, однонаправленного процесса отправки сообщений во внешнюю среду или приема сообщений из внешней среды. Придерживаясь субъект-объектной парадигмы, исследователи конструируют модели односторонней коммуникации, в которых субъект передает некую информацию, а объект выступает в качестве пассивного получателя (приемника) информации, который должен ее принять, понять (правильно декодировать) и в соответствии с этим поступать. Информация передается только в одну сторону, поэтому в принципе не имеет большого значения, является приемником человек или техническое устройство, коммуникатор рассматривает реципиента как объект коммуникативного воздействия, средство достижения своих целей. Коммуникатор навязывает свою информацию аудитории, которая, как пассивный реципиент сообщений, в конечном итоге не способна отклониться от предложенного воздействия. Коммуникация предстает как процесс движения информации, по аналогии с механизмами, последовательно обменивающимися информацией по заданным каналам. Такое понимание нивелирует само понятие коммуникации людей, способных идеями обогащать друг друга.

Самой популярной парадигмой, в рамках которой разрабатывается наибольшее количество теорий коммуникации, является субъект-субъектная парадигма. Исследования в духе этой парадигмы начинались с субъектного подхода, когда в рамках однонаправленного воздействия за одним из участников, ранее анализирующегося как объект, стали признаваться активность и избирательность в ходе этого процесса. Для исследователей, придерживающихся субъект-субъектной парадигмы коммуникации, характерно рассмотрение

непосредственно взаимодействующих субъектов, чьи контакты рассматриваются в более широком контексте, чем просто передача информации. Исследователь предполагает, что детерминация поведения субъекта может быть обусловлена не только его личностными особенностями, но и влиянием социального контекста.

В рамках субъект-субъектной парадигмы исследователи конструируют модели двусторонней коммуникации. В этих моделях коммуникация изображается как двунаправленный процесс социального взаимодействия участников коммуникации, которые занимают различные социальные позиции. Подчеркивается, что каждый из участников оказывает влияние на ход этого взаимодействия, при этом коммуникация есть не просто передача-прием информации, а совместная деятельность, предполагающая наличие взаимопонимания между участниками [Матьяш, 2002]. Особое внимание в коммуникативном взаимодействии отводится проблеме генерирования смыслов, позволяющих достигать совместного понимания.

Если нет желания и/или возможности понять дискурс другого субъекта, то коммуникация превращается в последовательность коммуникативных актов. То есть субъект-субъектная парадигма начинает представлять собой вариант уже известной субъект-объектной парадигмы, только растянутой во времени, в которой предполагается очередность воздействий, когда вначале одна сторона рассматривается как субъект, а другая – как объект воздействия, потом эти стороны меняются местами. В связи с этим можно припомнить одно из парадоксальных определений коммуникации: диалог – это разговор двух людей, не понимающих друг друга.

В рамках конструктивистских подходов отношения участников коммуникации рассматриваются сквозь призму исторически и культурно локализованных отношений между членами социального сообщества в контексте выполнения ими своих социальных ролей [Бергер, Лукман, 1995; Джерджен, 2003; Московичи, 1998]. Восприятие информации детерминируется как особенностями внутренней природы человека, так и влиянием социальной среды, в которой он пребывает. Игнорирование роли социального контекста в ситуации

коммуникации приводит к непониманию причин того, что «у сильного всегда бессильный виноват» или почему в разговоре двух субъектов «начальник всегда прав». Вместе с тем возможна ситуация, когда социальный контекст не имеет решающего значения, заявить о «голом короле» смог только незрелый субъект, еще не включенный в социальную иерархию.

В связи с этим возможны два типа моделей двусторонней коммуникации: симметричные и асимметричные. В симметричных моделях влияние социального контекста не учитывается, коммуникаторы рассматриваются как равноправные субъекты, результаты их взаимодействия обусловлены особенностями информации и самих субъектов. В рамках асимметричных моделей предполагаются разные возможности влияния субъектов коммуникации, обусловленные существующей организацией социального контекста.

Социальная дифференциация общества напрямую связана с возможностью различной интерпретации информации: сытый голодного не понимает, хотя и тот и другой могут рассматриваться как субъекты. В условиях социальной стабильности фактор непосредственной групповой принадлежности существенным образом влияет на коммуникативное поведение людей [Гавра, 2011; Назарчук, 2009; Почепцов, 2001в]. Индивидуальные субъекты обычно придерживаются взглядов, норм, ценностей референтных групп, с которыми они себя идентифицируют, или ориентируются на них. Влияние информации обусловлено не только воздействием на установки или знания реципиентов, но и предложением присоединиться к определенным институционализированным стандартам восприятия действительности, эталонов поведения, культурных норм. Наличие или отсутствие групповых установок по поводу содержания информационных потоков, выраженных в общественном мнении, рассматривается в качестве важного критерия способности коммуникатора влиять на мнения и поведение целевой аудитории [Московичи, 1998; Ноэль-Нойман, 1996]. Это приводит к появлению концепции «двухуровневой коммуникации», в рамках которой аудиторию составляют лидеры мнений и обычные потребители информации. На первом уровне взаимодействия (СМИ – лидеры мнений) главной

становится передача информации особой категории влиятельных и активных людей через формальные каналы коммуникации. На втором уровне (лидеры мнений – потребители) происходит передача влияния, когда эти люди посредством межличностной коммуникации передают смысл информации членам своей группы [Грачев, 2004; Почепцов, 2001в].

Учитывая, что структуры производства и распространения информации являются частью социальной инфраструктуры, приходим к пониманию как явной, так и скрытой социальной обусловленности коммуникации. За аудиторией признается субъектность в плане выбора источников информации и отбора распространяемых сообщений, которая сводится к селекции получаемой информации. Участник коммуникации имеет относительную возможность свободы действий в ситуации коммуникации, но при этом не обсуждается вопрос о его праве на изменение социальной организации за пределами коммуникации. Идентичность субъекта, позволяющая ему занять социальную позицию, обусловливающую ракурс интерпретации информации, задается набором существующих в обществе референтных групп. В рамках субъект-субъектной парадигмы за субъектом коммуникации признается возможность активности в рамках коммуникация, но не акцентируется внимание на том, что организация коммуникации обусловлена социальной организацией общества.

Привлекательность одного из дискурсов информационного пространства может привести к увеличению сторонников политических субъектов, опирающихся на этот дискурс, и, соответственно, может вызвать изменения в политической системе общества. То есть в рамках этой парадигмы субъекты коммуникации могут менять социальный порядок, но за пределами конкретной коммуникации.

Процессы коммуникации, обусловленные воздействием внешних факторов социального контекста, задающих позиции участников коммуникации в социальной структуре, становятся зависимыми от внеситуативных целей коммуникаторов. Несмотря на признание активности субъекта и его информационной избирательности в ситуации коммуникации, как ее участник он

остается заложником социального контекста, объектом внешних влияний и искусного манипулирования. Главной здесь является проблема целей воздействующей стороны и их направленности. Субъекты, оказывающие влияние, могут быть убеждены в пользе последствий воздействия для других субъектов (аналог объектного отношения) или, задавая привлекательные промежуточные цели, утаивать цену отдаленных последствий (объектное отношение к несмышленому субъекту). Такое понимание субъект-субъектной парадигмы является достаточно востребованным и используется для разработки конкретных, технологических методов воздействия, заменяя открытый диктат жесткой силы скрытым мягким принуждением.

Для своего времени субъект-субъектная парадигма была важным этапом в развитии представлений о природе человека и стратегиях межличностного воздействия. Вместе с тем в информационном обществе, которое характеризуется непрерывно изменяющимся социальным контекстом, приводящим к постоянному переопределению идентичности и относительности устремлений личности, ее возможности оказались ограниченными. В условиях социокультурного многообразия на первый план выступает парадигма коллективного субъекта, когда субъекты коммуникации рассматриваются как части целостного сообщества, коммуникация развертывается во всех измерениях социального пространства (обмен информацией, понимание смыслов других субъектов, конструирование совместных целей) и результатом коммуникации становится воспроизводство общества в новых условиях. Межсубъектная коммуникация рассматривается не только с учетом существующего социального контекста, но и в надситуативной перспективе, как инструмент консолидации социума.

В рамках этой парадигмы исследователи конструируют модели синергетической коммуникации, в которых субъекты коммуникации (индивидуальные и групповые субъекты, общество в целом), подчеркивая, отстаивая и сохраняя ценность индивидуальных различий, не ставят под угрозу существование общества в целом. Субъекты ориентированы на понимание другого субъекта, позволяющее интегрировать культурные различия в целостное

мировидение, ориентированное на реконструкцию предназначения общества в новых исторических условиях. Потребители информации как представители некоего социокультурного проекта становятся не только равноправными участниками коммуникации, но и соавторами социетального дискурса.

Наличие таких рефлексивных особенностей носителей дискурса, как осознание себя частью общества, возможность понимания других субъектов и необходимость конструирования совместного дискурса, подразумевает сложность ментальной организации субъектов. В сложноорганизованном обществе размываются четкие стратификационные параметры групп, социальное дробление неразрывно связано с утверждением фрагментарного, децентрированного образа мышления людей, когда им уже больше не надо подстраивать свою идентичность под имеющиеся образцы, они могут выбирать собственный фрагмент культурного пространства, не оглядываясь на общепринятые стереотипы. Информационное общество качественно изменяет проблему идентификаций, которые становятся более кратковременными, так как люди принимают или отказываются от каких-либо компонентов своих идентичностей быстрее, чем когда-нибудь [Данилова, Ядов, 2004; Тоффлер, 2004]. Конструирование идентичности становится обусловленным не только социальным контекстом, но и ходом коммуникации, в процессе которой происходит доопределение идентичности на основе дискурсивных практик [Крейг, 2003]. Одновременно состоя во множестве групп по интересам, которые могут использовать различные дискурсы, субъекты вынуждены постоянно доопределять свою идентичность, и результат самоопределения в рамках интегративного дискурса не всегда можно предсказать заранее. Самопонимание из процесса выбора из постоянного и определенного списка ролей, предложенного социумом, становится процессом самоконструирования, обусловленного возможностями качества доступных дискурсов.

В синергетических моделях коммуникация задается не только как процесс понимания дискурса другого субъекта, но, в более широком смысле социокультурного взаимодействия, и как процесс согласования дискурсивных

практик социальных субъектов, составляющих общество. Теоретики культуры, множество представителей социальной философии и теоретической социологии рассматривали коммуникацию как со-общение культурных опытов человечества и исследовали ее как основу социальной саморефлексии и культурного самовоспроизводства общества [Бурдье, 1993; Деррида, 2012; Леви-Стросс, 1994; Луман, 2004; Хабермас, 2003]. Также была предложена идея консенсуального взаимодействия самоорганизующихся систем, в ходе сотрудничества которых осуществляется взаимная подгонка как действий, так и образов жизни [Матурана, 1995].

Конструируемый социетальный дискурс, учитывающий в различной степени дискурсы различных соавторов, позволяет обществу организовывать свою жизнедеятельность. В условиях дискурсивного многообразия, развитой системы социальных коммуникаций и непрерывных изменений условий жизнедеятельности происходит постоянное обновление сторонников того или иного социального дискурса. Это ведет к новым способам организации социетального дискурса, а значит, к его коррекции и, соответственно, к программам модернизации жизни общества. Запускаются процессы круговой причинности, позволяющие реагировать на изменения и в то же время сохранять преемственность развития, опираясь на усвоенный опыт предыдущих поколений.

Рассмотренные парадигмы коммуникации предполагают постепенное усложнение организации ее моделей (и их конструктов), сконструированных в рамках этих парадигм. На примере известной модели коммуникации Г. Лассуэлла (Кто? – Что? – По какому каналу? – Кому? – С каким результатом?) [Lasswell, 1948], в которой коммуникация описывается как линейный и однонаправленный процесс, рассмотрим возрастание сложности составляющих модели в исторической перспективе, проиллюстрировав допустимость нашего подхода.

**Кто?** Первые теории начинали строиться вокруг представления о процессе коммуникации как о воздействии субъекта на объект, коммуникатора на реципиента, подразумевая «один субъект – один интерес – одна коммуникация» [Зарубежная …, 2003; Назаров, 2003]. В социально-дифференцированном

обществе выделяются специальные социальные структуры, занятые производством и трансляцией информации, – средства массовой информации (СМИ), к которым с течением времени добавляются и другие субъекты социальных коммуникаций: рекламные агентства, пресс-службы, структуры «паблик рилейшнз» и т.п. Технологический характер современных СМИ, позволяющий выпускать и тиражировать информационный продукт в гигантских масштабах, позволяет уподобить эту деятельность массовому производству, в котором налицо разделение труда и сложнейшая организационная структура, предполагающая значительное финансовое обеспечение [Черных, 2007]. В информационном обществе СМИ не являются отдельным самостоятельным элементом коммуникации, они взаимосвязаны с другими организациями и становятся частью производственного комплекса по производству и трансляции смыслов в соответствии с целями политических субъектов, дискурсы которых они воспроизводят. Парадоксально, но только на первый взгляд, что, рассматривая СМИ как «независимые», оказываемся в рамках субъект-объектной парадигмы коммуникации.

Мало того, что субъект информационного влияния становится групповым, так еще и сложность социальной организации подразумевает одновременное существование различных дискурсов политических субъектов, в рамках которых одна и та же информация может получать разную трактовку. Конкуренция в информационном пространстве социума приводит к тому, что классические СМИ (газеты, журналы, радиостанции, телеканалы) вообще перестают быть средствами массовой информации. Информации становится столько, что журналистика на наших глазах превращается в средство от массовой информации, в способ помочь человеку лучше разбираться в этом нескончаемо нарастающем потоке информации [Черных, 2007]. В таких условиях СМИ выполняют не столько роль автора, сколько работу редактора, конструируя свое видение фрагмента мира. Умение подать материал своему читателю означает, что объективность уступает место субъективной авторской позиции, часто проявляемой в эмоционально окрашенных интонациях. Это может создавать риски превращения СМИ в

механического ретранслятора некоего социального дискурса, когда они становятся заложниками технологических манипуляций политических субъектов [Почепцов, 2005]. В какой-то степени эти риски нейтрализуются наличием множества информационных источников, ориентированных на различные целевые аудитории, что обеспечивает поддержание плюрализма репрезентаций реальности и их конкуренцию в информационном пространстве.

В информационном обществе, когда коммуникация понимается как неотъемлемая часть жизнедеятельности общества и его воспроизводства, в качестве субъекта коммуникации выступает общество в целом. Рассмотрение информационного влияния политических субъектов как продвижение собственного варианта социального проекта предполагает, что информация циркулирует от одной части социума к социуму в целом. Аудитория через механизм обратной связи вносит свои коррективы в первоначальный вариант социального проекта, предлагаемого ей в информации. Теперь уже политический субъект является получателем информации, и от его способности понять смысл корректив, вносимых обществом, зависят трансформации социального проекта, который вновь будет артикулироваться (транслироваться на общество) через коммуникационные каналы. В привычном смысле понятия «отправитель» и «получатель» информации теряют смысл в связи с тем, что потребители информации могут становиться соавторами социетального дискурса.

В условиях информационного общества, когда противостояние политических субъектов часто зависит не столько от успешности социальных практик, сколько от состояния общественного сознания, сформированного в результате коммуникаций, эффективность политического субъекта в информационной сфере рассматривается как одно из условий реализации социального проекта. Это приводит к созданию структур по контролю и управлению общественным мнением [Некляев, 2002]. При этом политическая коммуникация рассматривается как постоянно действующая система информационных каналов и общественных институтов, которая непрерывно воспроизводит дискурс желательного социального проекта, своевременно

отражая информационные вызовы других политических субъектов. Применяемые информационные технологии с использованием «независимых» СМИ делают возможным управление политическими процессами при минимальном насилии и кровопролитии, поскольку позволяют решать проблемы социального управления путем контролирования (конструирования) необходимого дискурса, которого придерживаются индивидуальные субъекты [Тимофеева, 2009].

Можно проследить следующую линию развития взглядов на источник (автора) информации. Усложнение организации социальной действительности ведет к тому, что индивидуальный автор начинает рассматриваться как часть производственной структуры трансляции информации, которая на следующем этапе разворачивается в коммуникативную инфраструктуру социума, воспроизводящую социальные дискурсы, в рамках которых индивидуальные субъекты конструируют собственные программы жизнедеятельности. Представления о коммуникаторе как об автономном субъекте влияния трансформируются в его понимание как представителя группы и расширяются вплоть до его осмысления как части коллективного субъекта, под которым подразумевается общество в целом.

**Что?** Основным инструментом информационного влияния считается информация, представленная в виде текста, под которым понимается отдельное информационное сообщение, моделирующее фрагмент действительности [Зарубежная …, 2003; Черных, 2007]. Совокупность информационных сообщений, своеобразный информационный поток в пространстве и времени, рассматривается как метатекст. Он представляет собой «текст второго порядка», имеющий структурное и/или идейное единство при всем возможном его сюжетном и жанровом многообразии [Лотман, 1998]. В полицентрическом обществе потребители информации одновременно находятся во многих информационных потоках. Совокупность всех текстов, доступных субъекту, анализируется как самобытное информационное пространство субъекта, которое понимается как гипертекст. Гипертекстовая среда мыслится как пространство, ориентированное на множественные, одновременные потоки информации, в

котором «со-размещаются» тексты [Купер, 2000]. В информационном обществе коммуникация осуществляется в условиях множественных, фрагментарных дискурсов, которые постоянно трансформируются, осваивая новые форматы [Бодрийяр, 2000]. Наличие в гипертексте разнообразных дискурсивных практик создает конкуренцию дискурсов, востребованных в общественном сознании, и дает возможность выработать общий метадискурс, включающий в себя альтернативные дискурсы. В исторической перспективе происходит понимание усложнения форм организации информации, когда от влияния отдельного сообщения (текста) переходят к анализу влияния совокупности сообщений и от них – к воздействию информационного пространства в целом.

Общество постмодерна кардинально меняет свой характер, цели субъектов влияния сдвигаются от эксплуатации и получения прибыли к достижению господства с помощью знаков и производящих их систем, позволяющих добиваться тех же результатов [Бодрийяр, 2006]. В информационном обществе главенствующим становится потребление не столько предметов, сколько знаков [Деррида, 2012; Маклюэн, 2003; Почепцов, 1998], а доминантой информационной политики становится потребитель как принимающее звено коммуникативной цепочки [Eco, 1979]. Конечной целью информационного влияния становится коррекция ментальных структур адресата, предложение потребителю в качестве базовой такой модели мира, которая позволит ему интерпретировать происходящие события в нужном русле и побудить его к необходимым действиям [Иссерс, 1999]. Происходит переориентация маркетинговой деятельности, когда производитель не производит товар под имеющиеся на рынке ожидания, а формирует эти ожидания, т.е. основной маркетинговой стратегией становится «производство потребителя», а не информации [Котлер, 1996]. Информация приобретает смысл на основе имеющихся воззрений, и используемый дискурс задает психологическую реальность, в рамках которой субъектность потребителя подчинена его дискурсу [Луман, 2005; Бодрийяр, 2000]. Постмодернистское понимание информации возможно лишь в «дискурсивном поле культуры», в ее отношении к другим текстам (включая внешнюю реальность и субъективный

дискурс читателя), относительно которых она могла бы проверяться, и «истинное» знание о мире выступает как совокупность конвенциональных дискурсов [Емелин, 1998; Судас …]. То есть в ходе коммуникации происходит не столько обмен субъектов информацией (текстами) и ее смыслами, сколько трансформация их дискурсов, проявленных в информации.

**По какому каналу?** Каналы коммуникации являются не просто средствами передачи информации, а представляют технологическую оснащенность общества, определяющую возможные способы коммуникации [Маклюэн, 2003]. Уровень развития общества обусловливает технологии, используемые в коммуникационной сфере, а усложнение социальной структуры обеспечивает потребителям расширяющееся поле свободного доступа к информации относительно как технических каналов (печать, радио, телевидение и т.д.), так и социальных, предлагающих разнообразные типы социальных дискурсов. Внедрение новых информационных технологий, систем распространения и обработки информации накладывается на существующий социальный контекст, его организационные структуры.

В классических моделях коммуникации в ее определениях имплицитно закладывался один канал информации [Назаров, 2003; Грачев, 2004]. Устранение влияния случайностей в процессе передачи информации предполагает ее дублирование, для чего привлекаются разные каналы ее поступления, что, в свою очередь, усложняет анализ коммуникаций. Сетевая коммуникация как техническое новшество не может рассматриваться изолированно от других аспектов динамики культуры, которые вынуждают переосмыслить классические представления о коммуникации. Интернет как децентрализованная система коммуникации, допускающая множество различных форм контактов, становится не только источником и каналом информации, но и пространством коммуникации.

Социальные коммуникации все более плотно охватываются сетью информационных технологических стандартов, радикально меняющих морфологию общественных связей, основанных на традиционных

взаимоотношениях [Назарчук, 2009]. В качестве интерактивной среды интернет открывает принципиально новые возможности коммуникации и тем самым не только расширяет информационное пространство для политических дискуссий, но и конституирует новые группы политической общественности, вес которых в сети не всегда соответствует их «реальному» вкладу в социальные взаимоотношения.

Развитие информационных технологий открыло новые возможности для навязывания контроля над каналами информации более мощными в технологическом отношении субъектами, что означает и контроль над коммуникациями. Возникает реальная возможность концентрации управления над информационным пространством в руках достаточно узкого круга лиц, ставящих перед собой задачу направленного воздействия на массовое сознание и манипулирования им в политических целях. Благодаря интернету социальные движения обретают невиданные прежде возможности для мобилизации и структурного роста по сетевому принципу. Как следствие могут возникать новые формы социальных организаций, которые из виртуальной реальности вполне могут перейти в реальный мир, изменяя существующий социальный порядок (свержение легальных политических режимов в результате социальных катаклизмов в Северной Африке в 2011 г. могут служить иллюстрацией этого утверждения).

Социальная обусловленность информационных технологий приводит к тому, что развитие общества и усложнение социальной организации ведут к трансформации роли каналов передачи информации в коммуникации. Первоначальные представления о получении информации по единичному каналу сменяются рассмотрением множества последовательных и параллельных каналов получения информации. В полицентрическом обществе роль канала – поставщика информации обусловливается организацией системы распространения информации, позволяющей дублировать поступление информации. В децентрализованном информационном обществе субъект погружается в непрерывно обновляющееся информационное пространство, в коем он сам

конструирует способы получения информации, которые доопределяет в процессе коммуникации.

**Кому?** В первоначальных концепциях коммуникации (автор – текст – читатель) в качестве потребителя информации рассматривался индивидуальный субъект. Усложнение форм организации социальной жизни привело к изучению влияния информации на аудиторию, которая в рамках бихевиористской модели рассматривалась как сумма разрозненных легко внушаемых людей, представляющих пассивных реципиентов сообщений [Назаров, 2003; Почепцов, 2001в; Грачев, 2004]. Появление концепции «двухуровневой коммуникации», разработанной в американской социологии, привело к пониманию, что межличностная и внутригрупповая коммуникации опосредуют массовую коммуникацию [Брайант, Томпсон, 2004; Назаров, 2003; Почепцов, 2001в]. В такой трактовке аудитория рассматривается уже не как совокупность отдельных индивидов, а как объединение групп, поддерживающих определенных политических субъектов, функционирующих в рамках политической системы. Взгляды на аудиторию как на сумму разрозненных легко внушаемых людей меняются взглядами на нее как на набор целевых непересекающихся аудиторий политических субъектов. Аудитория уже не образует структуру пассивного приема сообщений средств информации, как в предыдущих моделях, а наоборот, наблюдается активное поведение аудитории, ориентирующейся на дискурс референтных групп в плане выбора источников информации и отбора распространяемых сообщений. Сетевая культура порождает новые формы взаимодействия людей, которые приводят к тому, что от жестких ролевых определений идентичности, обусловленных накопленным опытом социальных отношений и заданных непосредственной ситуацией коммуникации, субъекты переходят к изменчивой неуловимой множественной идентичности, которая доопределяется самим субъектом в процессе коммуникации [Черных, 2007].

В информационном обществе индивидуальным субъектам, которые одновременно могут состоять во множестве групп по интересам, приходится постоянно доопределять свою идентичность, в связи с этим аудитория предстает в

виде подвижной структуры индивидуальных и групповых субъектов, которые могут менять свои политические пристрастия в формате изменяющейся реальности. С появлением интернета, мобильной связи и других лабильных средств массовой коммуникации взаимосвязь участников коммуникативного процесса становится не двусторонней, а многосторонней, стирается дифференциация ролей, потребители информации становятся ее соавторами, когда своим отношением заставляют авторов вносить коррективы в первоначальный вариант социального проекта. В условиях социокультурного многообразия, плюрализма мнений, отсутствия монополии на «абсолютную истину» и непрерывных социальных изменений происходит постоянное обновление сторонников того или иного социального дискурса. Распространители и потребители информации рассматриваются как взаимовлияющие стороны, как части совместно конструируемого общества, которое непрерывно изменяясь, сохраняется в основных чертах.

Представления об аудитории как о сумме разрозненных индивидуальных субъектов, являющихся объектом влияния производителей информации, заменяются представлениями об аудитории как о системе групповых субъектов, выбирающих информацию одного из дискурсов, циркулирующих в обществе. Дальнейшие представления об аудитории трансформируются в понимание ее и автора информации как частей коллективного субъекта, нацеленного на воспроизводство общества, и являющихся соавторами транслируемого социетального дискурса.

**С каким результатом?** Исследования коммуникации первоначально основывались на ранних концептуальных представлениях о массово-коммуникационных процессах, известных под названиями теорий «волшебной пули» и «подкожной иглы». Эти концепции исходили из предположения об огромных, практически неограниченных возможностях информационно-пропагандистского воздействия на массовую аудиторию, которая в плане отбора сообщений ведет себя достаточно пассивно и, по сути, напоминает ожидающего пациента, состояние которого начинает меняться после получения дозы

лекарственного препарата в виде инъекции [Брайант, Томпсон, 2004; Назаров, 2003; Почепцов, 2001а; Грачев, 2004]. Непосредственное прямое влияние массовой коммуникации на сознание и поведение людей считалось доказанным фактом, который объясняли эффективностью знаковой атаки на массу. Роль СМИ, транслирующих информационные тексты и выполняющих функции агента влияния, считалась главенствующей, формирующей сознание и поведение аудитории. В дальнейшем был открыт особый эффект СМИ, позволяющий им управлять информационными потоками и темами общественных дискуссий, – формирование «повестки дня», который состоял в том, что СМИ не могут заставить людей думать определенным образом, но могут указать своим слушателям, о чем думать. Через СМИ появляется возможность (благодаря переопределению проблем) создавать и навязывать свои представления, идеалы, оценочные наименования, классификации [Бурдье, 1993].

В схеме односторонней коммуникации эффект от нее предстает как конечная и главная цель коммуникации, однако передаваемые по каналам связи сообщения отнюдь не всегда приводят к ожидаемому результату. Опыт эмпирических исследований в Европе и США в 1940-е годы показал отсутствие однозначной связи между целями коммуникативного воздействия и полученными эффектами. Модель Лассуэлла в первоначальном варианте не предполагает наличия обратной связи, а только подготавливает ее благодаря определению результативности действий коммуникатора. В общем случае, появление обратной связи не всегда означает двунаправленный процесс, потому что в односторонней коммуникации обратная связь могла быть только у субъекта влияния. Следствием идеи обратной связи стало разведение понятий «результат» и «цель», которые в предыдущем понимании были слитны воедино и полученный результат всегда соотносился с (единственной) целью. Сторонники «теорий минимальных эффектов» массовой коммуникации, рассматривая потребителя информации как активного социального субъекта, минимизируют степень непосредственного влияния СМИ. Они утверждают, что информация, переданная избирателю по каналам СМИ, лишь усиливает уже существующие установки и ориентации,

которые сформировались под воздействием социальных условий. СМИ не формируют, а только подкрепляют политическую принадлежность избирателей, попутно вырабатывая в них механизмы выборочного просмотра информации, что становится значимым барьером для успешной пропаганды.

Сторонники концепций «сильного и минимального воздействия» СМИ спорят исключительно о степени влияния на аудиторию, не оспаривая сам факт существования такого влияния. Так или иначе, все сводится к знаменитой формулировке Б. Берельсона, предложенной им еще в 1950-е годы: «определенные виды коммуникации, привлекая внимание определенных групп людей к определенным темам, при определенных условиях способны оказать определенное воздействие» [Berelson, 1951]. Информационное воздействие по каналам массовой коммуникации в большинстве случаев способно осуществить либо закрепление уже имеющихся у респондента предпочтений, либо актуализацию латентных предпочтений, что приводит к уточнению неопределенной позиции, изначально имевшейся у респондента, и лишь в крайне редких случаях приводит к переубеждению и переходу на противоположные позиции [Назаров, 2003; Грачев, 2004].

Между тем за последние десятилетия стало очевидно, что эффективное воздействие невозможно без моделирования смыслового поля реципиента, без учета того, как люди воспринимают и осмысливают окружающий мир [Почепцов, 2001а; Зарубежная …, 2003]. Медийная коммуникация конструирует социальную реальность посредством образов символической реальности, в результате происходит смешение знакового и символического уровней отражения реальности, совершается характерная для постмодернизма подмена обозначаемого обозначающим, реальности – знаком [Панарин, 2003а]. В информационном обществе возможность влияния все больше смещается от политических лидеров и организаций в сторону центров производства унифицирующих смыслов, оперирующими культурными кодами, встроенными в социальную структуру [Кастельс, 2000; Ковалев, 2007]. Для навязывания своей воли современному обществу сегодня используется все более «тонкий»

инструментарий убеждения, чем простое принуждение. При этом новый тип убеждения содержит в себе все меньше императивов и все больше «обольщения». В этой связи СМИ являются как раз тем средством, используя возможности которого можно принудить социум к чему-либо, причем в ненавязчивой, релаксационной форме [Ковалев, 2007]. Современные электронные СМИ создают возможность реципиенту самостоятельно выбирать источники информации, соответственно вкусам, сформированным у аудитории. В рамках моделей синергетической коммуникации возможности информационного влияния зависят от сформированного в ходе социализации ментального потенциала, позволяющего субъектам взаимодействия строить совместный дискурс на основе понимания дискурсов других субъектов.

Можно проследить трансформацию взглядов на эффективность информационного влияния. Исследователи, задавая социальный контекст ситуации информационного влияния (или проецируя состояние общества, в котором они находятся), неявно закладывают спектр возможных результатов влияния. В централизованном обществе СМИ выражают господствующий провластный дискурс, являясь главным инструментом «оболванивания» масс, задавая образцы нормативного поведения. Как следствие, исследователи приходят к выводу о всемогуществе СМИ в формировании политических пристрастий граждан.

В условиях полицентрического общества каждый политический субъект конструирует собственную версию «медиареальности», выстраивает свой сегмент информационного пространства, с которым непосредственно имеют дело его сторонники. Поэтому продвижение дискурса определенного политического субъекта может быть ограничено границами его целевой аудитории. В связи с этим исследователи могут выявлять минимальные эффекты информационного влияния. СМИ фокусируют внимание на актуальных проблемах в значимых сферах социальной жизни, которые отличаются в различных социальных группах. Со своей целевой аудиторией СМИ реализуют двунаправленную коммуникацию с обратной связью: СМИ транслируют то, что отвечает интересам аудитории, в

свою очередь, аудитория выбирает СМИ, транслирующие информацию, которая соответствует ее запросам. Конкуренция политических субъектов приводит к тому, что СМИ являются не единственным источником информации и не единственным агентом влияния. Вследствие этого могут наблюдаться относительные и непостоянные эффекты информационного влияния.

Опираясь на модель синергетического общества, исследователи рассматривают коммуникацию как непрерывный процесс конструирования субъектами совместного дискурса, воспроизводящего фрагмент социетального дискурса. В ходе коммуникации субъекты реконструируют дискурс текста сообщения, метадискурс коммуникации и задают ценность социетального дискурса. В различных измерениях социума результаты коммуникации проявляются как трансформация дискурсов индивидуальных потребителей, дифференциация общества на сторонников того или иного дискурса, интеграция общества на основе совместного социетального дискурса.

На примере составляющих коммуникации в модели Лассуэлла показано постепенное усложнение понимания организации коммуникации в исторической перспективе. Рассмотрение частных случаев коммуникации двух изолированных индивидуальных субъектов сменяется анализом групповых политических коммуникаций, вплоть до интегративного понимания социальных коммуникаций как процесса коррекции социетального дискурса, направленного на конструирование жизнеспособного общества.

Можно выделить генеральную тенденцию в развитии теоретических моделей коммуникации, когда опора на использование субъект-объектной парадигмы сменяется опорой на субъект-субъектную парадигму, которая, в свою очередь, трансформируется в опору на парадигму коллективного субъекта. Вместе с тем развитие теоретических представлений о коммуникации не рассматривается как линейный прирост знания. Когда в стандартную схему взаимодействия субъектов вводится новый технический носитель информации, опосредующий их коммуникацию, например, печать, радио, телевидение, интернет, вся коммуникативная ситуация переструктурируется с учетом вклада

этих конструктов в процесс взаимодействия. Отдельные субъекты, овладевшие технологическими инновациями, могут использовать их для продвижения собственного дискурса. Распространение инноваций приводит к тому, что преимущества овладения ими нивелируются и конструирование совместного дискурса как цели коммуникации будет обусловливаться парадигмой коммуникации. Сложность конструктивных компонентов коммуникации не определяет использование ее конкретной парадигмы.

Рассмотренные три типа концептуальных моделей коммуникации являются дополняющими друг друга. Используя их, исследователи последовательно меняют фокус внимания. В одном из типов моделей основное внимание уделяется техническим аспектам передачи наглядной информации, в другом – с учетом скрытого контекста коммуникации, акцентируется внимание на вопросах социального влияния в ходе этого процесса. В третьем – с выходом за пределы исследования конкретной коммуникации проявляется интерес к изучению трансформирующегося в ходе коммуникации коллективного субъекта, частью которого являются участники коммуникации. Каждый тип моделей позволяет решать спектр определенных задач соответственно уровню мастерства исследователя. Нельзя не согласиться с мнением, что в любом историческом периоде можно выделить генеральную тенденцию в использовании определенного типа моделей, но в то же время существуют многочисленные исследования, опирающиеся на другие типы моделей коммуникации [Брайант, Томпсон, 2004].

Круг теорий информационного влияния, опирающихся на субъект-объектную парадигму, достаточно узок, потому что для них характерно ограниченное понимание коммуникации: рассматривается влияние только информации, фактически отсутствует воздействие контекста, цели коммуникации предопределены заранее. Теорий, базирующихся на парадигме коллективного субъекта, тоже не так много в связи с тем, что в них, наоборот, предусматривается сложность организации всех составляющих информационного влияния: информация рассматривается как фрагмент социетального дискурса,

коллективный субъект сложно организован, цели влияния скрыты, к тому же могут корректироваться в ходе коммуникации. Наибольшее количество теорий информационного влияния опирается на парадигму субъект-субъектной коммуникации, когда варьирование составляющих коммуникации различной сложности организации создает широчайший спектр возможностей для их соединения (см. рис. 2.2.2).

Историко-теоретический анализ предполагает теоретическое осмысление базовых начал и основных итогов развития теорий коммуникации. Основываясь на парадигмах коммуникации, выделены три подхода к изучению ее процессов, опираясь на которые, можно объяснять природу и закономерности информационного влияния. В рамках этих парадигм проанализировано расширение контекста анализа информационного влияния. Влияние информации дополняется влиянием ее автора и влиянием дискурса коллективного субъекта, частью которого являются участники коммуникации. Трактовка ситуации информационного влияния как единичного информационного воздействия меняется рассмотрением совокупности актов воздействия, переходящих в непрерывное взаимовоздействие, совершающееся последовательно, параллельно, циклически. Намеченные заранее цели информационного влияния предполагают их согласование субъектами в ходе коммуникации и их реорганизацию в изменяющемся социальном контексте коммуникации.

Исследователи, конструирующие теоретические модели коммуникации, действуют в рамках социального запроса, который задается научному сообществу социумом. Существующая организация социума в неявном виде проецируется исследователями как базис для используемой парадигмы коммуникации. Особенностью синергетического рассмотрения коммуникации как процесса согласования социетального дискурса является то, что исследователи коммуникации также оказываются участниками процесса конструирования социетального дискурса. Они воспроизводят теоретическую модель сложившихся практик социальных коммуникаций, опираясь на сложность организации собственных дискурсов. Фундаментальность их теоретических моделей

коммуникации обусловлена пониманием своих позиций в сложноорганизованном социуме, точностью представлений о промежуточных аттракторах развития конкретного социума и мирового сообщества в целом.

## 2.3. Социально-психологический ракурс рассмотрения процессов информационного влияния

Для прояснения вопроса, насколько информационное влияние может быть предметом социально-психологического анализа, необходимо понять, какова предметная область социально-психологических исследований. Существует широкое понимание предмета социальной психологии, когда подчеркиваются особая роль и значение «менталистских» образований в объяснении социального поведения человека [Андреева, 2007]. Становление «Я» как целостного психического феномена является социальным процессом, происходящим внутри и вне индивида одновременно. Этому процессу присуща особая внутренняя фаза, которая становится возможной благодаря интериоризации общества человеком [Андреева, 2007; Бондарчук 2013]. Утверждается, что в индивидуальном сознании не найти ни одной высшей психической функции, не существовавшей прежде в публичной деятельности той социальной группы, к которой принадлежит индивид [Выготский, 1999]. Таким образом, любой человек не менее социален, чем группа или коллектив, вследствие чего и субъект, и его психика «изначально и всегда социальны» [Брушлинский, 1994: 19], соответственно, и все психологические механизмы по своей природе являются социально-психологическими.

Анализ субъекта как открытой системы подразумевает наличие внешних воздействий, а, как указывает Л.С. Выготский, «для нас сказать о процессе «внешний» – значит сказать «социальный» [Выготский, 1983: 145]. В такой трактовке социальное поведение человека также объясняется действием исключительно социально-психологических механизмов. Существует более узкое понимание предмета социальной психологии, когда в его рамках изучают

интеракции субъектов, в том числе и индивидуальных [Касавин, 2008; Хабермас, 2000]. Такой анализ обычно не включает в себя социальный контекст взаимодействия – систему общественных отношений и социальную структуру общества, и изучение социальных детерминант поведения субъектов ограничивается констатацией их «взаимодействия» [Андреева, 2007]. Ориентация социальной психологии на реальные проблемы общества, углубление в психологию межгрупповых отношений обеспечивают социальный контекст исследований. Обращение к изучению психологии групповых субъектов конкретизирует предмет социальной психологии [Андреева, 2007; Основи …, 2008].

Обобщая имеющиеся подходы к изучению информационного влияния, можно увидеть, что под ним понимается атрибутивное свойство коммуникации, которая включает в себя три аспекта рассмотрения: (1) обмен информацией в рамках (2) ситуативного взаимодействия субъектов, (3) преследующих собственные цели. Информационное влияние может быть описано как совокупность процедур над моделями мира участников коммуникации, приводящих к передаче знаний от одного участника к другому [Баранов, 2001]. Вместе с тем субъект, взаимодействуя в соответствии с социальными правилами, стремится интенционально связать себя с другими, тем самым оказывая на них интерактивное влияние [Касавин, 2008]. В любом акте речевого общения коммуниканты преследуют определенные неречевые цели, которые в итоге влияют на деятельность собеседника [Блакар, 1987; Ван Дейк, 1989]. Р. Блакар утверждает, что выразиться «нейтрально» невозможно, поскольку даже неформальный разговор предполагает «осуществление власти», то есть воздействие на восприятие и структурирование мира другим человеком [Блакар, 1987: 91].

Информационное влияние, проявляющееся в деятельности субъекта коммуникации, может быть рассмотрено как социальный текст, у которого есть групповой автор (взаимодействующие субъекты), реализующий собственный замысел (совместный дискурс, конструируемый в ходе коммуникации). Это

влияние осуществляется посредством взаимодействия субъектов, происходящего в социальном контексте. Социальные структуры, которые ограничивают и направляют коммуникацию, не обладают самостоятельным онтологическим статусом, а возникают и воспроизводятся в процессе коммуникации благодаря навыкам и умениям собеседников [Джерджен, 2003; Татенко, 2008]. Признание интеракционистской природы информационного влияния приводит к тому, что это влияние автоматически становится предметной областью социально-психологического анализа.

Синергетический ракурс анализа информационного влияния позволяет рассматривать его как деятельность по продвижению дискурса субъекта влияния, приводящую к усвоению потребителем фрагментов транслируемого в информации дискурса. Социально-конструктивистская традиция подразумевает, что дискурс структурирован в соответствии с паттернами, которые обусловливают деятельность людей в различных сферах социальной жизни. Конструирование дискурса любого индивидуального субъекта социально обусловлено: практикой (дискурс – «отражение» социальной реальности), взаимодействиями с другими субъектами, собственной организацией дискурса, которая подобна организации социума в соответствии с представлениями субъекта о социуме [Бергер, Лукман, 1995; Филлипс, Йоргенсен, 2004]. Реконструкция дискурса автора информации предполагает компетентность потребителя, его умение определить интенциональность сообщения, искомый результат, к которому стремится субъект влияния, вступая в коммуникацию, причем и на уровне осознанных целей, и на уровне не всегда осознаваемых мотивов [Адамьянц, 2009; Акофф, Эмери, 1974; Дридзе, 1984].

Коммуникация как взаимодействие субъектов изначально представляет собой социально-психологический процесс. В рамках синергетического подхода коммуникацию рассматриваем как процесс дискурсивного взаимодействия субъектов. Это взаимодействие включает в себя аутокоммуникацию потребителя информации, в ходе которой он конструирует усовершенствованный дискурс, содержащий фрагменты дискурса автора информации. В тоже время

коммуникация субъектов является частью аутокоммуникации коллективного субъекта (общества), в ходе которой участники коммуникации (ре)конструируют социетальный дискурс.

Информационное влияние субъектов коммуникации подразумевает утверждение конструктов предлагаемого дискурса в дискурсе другого участника коммуникации, а в более широком контексте, когда участники коммуникации рассматриваются как соавторы социетального дискурса, информационное влияние сопровождается трансформацией социетального дискурса. Дискурсы групповых субъектов артикулируются обществу как социальные проекты, суть которых состоит в предложении концептуальной модели будущего устроения социума, которая будет принята обществом за основу. Принятие индивидуальным субъектом дискурса одного из групповых субъектов позволяет привлечь граждан к сознательному участию в деятельности по его реализации. Лишь получив общественное признание, дискурсы могут стать руководством к действию и привести к социальным преобразованиям. Информация превращается не просто в продукт, затребованный субъектами общества, а в инструмент управления социальной реальностью. Синергетическое понимание процессов информационного влияния предполагает анализ коммуникаций субъектов с учетом их принадлежности к различным групповым субъектам общества, предлагающих собственные цели общественного развития. Это подразумевает наличие у исследователя сложноорганизованной модели общества, позволяющей ему (ре)конструировать процессы самоорганизации общества в исторической перспективе.

## Выводы ко второй главе

В рамках синергетического подхода информационное влияние рассмотрено как деятельность субъекта влияния по продвижению его дискурса, которая организуется в контексте ситуации коммуникации, осуществляется посредством коммуникации и является целью субъектов коммуникации. Показано, что

коммуникация субъектов является частью процесса воспроизводства социетального дискурса, то есть является «коммуникацией в коммуникации».

На основе проведенного анализа предложен способ конструирования пространства, в котором размещаются существующие теории коммуникации. Организация этого трехмерного пространства отражает различные аспекты влияния: информационные, социальные, ментальные. Оси этого семантического пространства составляют компоненты коммуникации: информация, автор, совместный дискурс.

Выделены три подхода к изучению процессов коммуникации, которые опираются на различные парадигмы коммуникации. Для каждого из этих подходов характерен свой тип моделей коммуникации: односторонние, двусторонние, синергетические, базирующихся на различных способах построения коллективного автора совместного дискурса коммуникации.

Раскрыто, что синергетический подход, предложенный для анализа информационного влияния, по своей сути является социально-психологическим. Коммуникация, в рамках которой осуществляется информационное влияние, как взаимодействие субъектов изначально является социально-психологическим феноменом. Имеющийся у субъектов дискурс рассматривается как результат социализации индивидуальных субъектов в конкретной социокультурной среде, а дискурс, совместно конструируемый субъектами в результате информационного влияния, одновременно является и социальным, и личностным ментальным конструктом.

# ГЛАВА 3
# ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ СИНЕРГЕТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ

*Синергетический подход применен для определения основных используемых понятий: информации, дискурса, информационного влияния. Предложена схема продвижения дискурса субъекта влияния.*

### *Задание инструментария теоретического анализа*

Информационное влияние, как и всякий объект научного анализа, может изучаться с самых разных теоретических позиций, причем предложенные модели во многом предопределены тем, какие методологические положения составляют основу того или иного подхода. Поэтому для начала очертим синергетический контекст понимания информационного влияния. Он позволит обосновать изложение логики развития существующих воззрений на природу информационного влияния и потом перейти к более подробному изложению авторской концепции.

Одной из важнейших методологических проблем современных социально-гуманитарных наук является высокая степень полифоничности базовых понятий и категорий. Анализ научных дискурсов всегда производится в границах определенного дискурса. Приступая к анализу любой проблемы, необходимо по возможности четко очертить смысловое поле исследования, принять некие рабочие определения изучаемого феномена. В нашем случае это особенно важно в силу чрезвычайной смысловой перегруженности понятия информационного влияния, изучаемого в рамках различных наук (социология, психология, герменевтика, журналистика, лингвистика, коммуникология и др.) представителями многообразных научных школ [Брайан, Томпсон, 2004; Назаров, 2003; Почепцов, 2001в; Харрис, 2001, и др.].

Научная картина мира базируется на неявном, «невысказанном» или «фоновом» знании, содержащем понимание скрытого порядка мира [Бом, 1992; Полани, 1995; Поппер, 2004]. Наука в современном ее состоянии позиционируется как область, в которой взгляд на мир обязательно опосредован инструментом анализа, используемой имплицитной теорией [Юревич, 2006]. Историко-методологические исследования показывают, что не существует эмпирического факта вне некой теории, даже чисто эмпирические методы имеют выраженную обусловленность со стороны теоретических представлений [Варшавер, 2008; Зинченко, Смирнов, 1983; Мазилов, 2003; Петренко, 2002]. Ученые, проводящие психологические исследования, часто склонны в духе эмпиризма полагать наивность наблюдателя и непредвзятость интерпретатора условием получения объективных результатов. В социальных науках, в отличие от естественных, вполне ожидаемо дополнительно учитывать человеческий фактор, поскольку сбор данных основан на интерпретациях человека, который участвует в исследовании и опирается на некую «очевидную» для него версию социальной организации. Но и при этом существует тенденция принимать проявления социальных взаимодействий как данное, забывая изначальный дискурс исследователя и совместное социальное конструирование результатов исследования при их опубликовании.

Как отмечает С. Квале, социальный факт – это социальная конструкция, возникающая из конкретной, избранной технологичной точки зрения на социальный мир [Квале, 2003]. Социальные конструкты, будучи договорными по своей природе, не имеют феноменологического статуса, особенно для представителя другого социокультурного опыта [Бергер, Лукман, 1995; Дьякова, Трахтенберг, 1999]. Отечественные психологи также подчеркивают, что пути психологического, как и любого другого, научного исследования всегда более или менее осознанно определяются той теоретической концепцией, которая лежит в его основе и задает построение исследования [Дружинин, 1993; Забродин, 1990; Рубинштейн, 1959]. Постановка проблемы опирается не только на обнаружение неполноты имеющегося знания, но и на некоторое «предзнание» о способе

преодоления этой неполноты [Зинченко, Смирнов, 1983]. Важность общей осведомленности при наблюдениях очевидна для множества разных областей, а предпосылкой валидной интерпретации являются знание предмета и наличие опыта в исследуемой области. Э. Гидденс отмечает, что интерпретации ученых основаны на пред-интерпретационном значении предметов, которые они рассматривают. Он дает этому подходу термин «двойной герменевтики» как «метаязыку, созданному учеными в области социальных наук» [Giddens, 1984: 374].

Научное исследование начинается с выбора научной парадигмы, которая не может быть ни истинной, ни ложной, а может быть применимой или не применимой к конкретным обстоятельствам [Варшавер, 2008; Мазилов, 2003]. Авторы многих учебников по методологии социальных исследований едины в том, что у исследования должен быть алгоритм, согласно которому определение проблемы, переформулирование ее в исследовательских терминах и следующее за ним формулирование исследовательского вопроса предваряют этапы сбора данных и их анализа [Василюк и др., 2012; Юрлова, 2008; Ядов, 1995]. Таким образом, при построении схемы анализа необходимо учитывать, что различные трактовки исследуемого явления оказываются заложниками ментальных представлений исследователя, включающих имеющуюся у него предтеорию, которые обусловливают сложность конструируемой им модели. Не всегда осознается, что когнитивная сложность теоретических моделей, конструируемых исследователем, обусловлена сложностью его ментальной организации, «сложность (моделей) мира – в уме исследователя». От выбора научной теории зависят разработка той или иной стратегии научного изыскания, используемый методический инструмент и все дальнейшие шаги исследователя [Степин, 2000]. Вместе с тем полученные результаты, в свою очередь, могут оказывать конструктивное влияние на предпосылки (базовые основания) используемой научной теории [Сивуха, 2007].

Использование трех типов рационального научного познания (классического, неклассического, постнеклассического), отличающихся

различным пониманием организации целого, приводит исследователей к конструированию моделей различной сложности [Степин, 2000]. Наблюдается историческая преемственность этих типов научного познания, расширяется выбор позиций исследователя (наблюдатель, участник, творец), меняется роль контекста в анализе функционирования исследуемых объектов (автономный объект, объект и среда, объект как часть среды), меняются предполагаемые способы организации объекта (статическая структура, динамическая структура, самоорганизация).

Использование синергетической методологии подразумевает осознание исследователем ждущих его трудностей. Конструирование синергетической модели предполагает изучение трех типов сложности объекта – его внутреннего устройства, функционирования в пространстве бытия, доопределяемой исследователем функции. Синергетическая организация самого объекта предполагает выделение элементов, структуры, концепции. Причем набор элементов может задаваться различными способами. Например, под текстом может подразумеваться структура элементов в соответствии с замыслом; текст может представлять собой совокупность знаков, автора, его идею; или текст это опять же знаковая конструкция, читатель, интерпретация (деконструкция) текста [Деррида, 2012; Дридзе, 1996; Лотман, 1998]. Помимо изучаемого объекта придется анализировать контекст его функционирования в связи с тем, что изменения контекста обычно предполагают трансформацию структуры объекта. Сложность организации контекста, предполагающая «иерархию контекстов внутри контекстов», подвигает ученых искать объяснения во все более широких сферах [Бейтсон, 2000]. Исследователь на основе исторической реконструкции функционирования объекта домысливает функцию объекта в метасистеме или задает предназначение объекта, исходя из собственных установок. Владение синергетической методологией не означает автоматическое конструирование синергетической модели изучаемого явления, в конкретном исследовании ученый часто ограничен условиями проведения, поставленными задачами и имеющимися ресурсами.

### 3.1. Синергетический подход к пониманию информации

Поскольку существует множество подходов к определению понятия «информация», вполне естественным выглядит желание перед началом исследования задать понимание ее сущности. В связи с тем, что опора на синергетическую методологию предполагает наличие субъекта, вполне резонно, что данное понятие будет рассмотрено как «информация субъекта». Совершим небольшой исторический экскурс, проследим становление и развитие научного понятия «информация», которое шло в трех основных направлениях: техническом, семантическом (смысловом), практическом [Мамчур, 2014; Урсул, 2010; Чернавский, 2004].

Появление современных теорий информации было вызвано бурным развитием в XX в. средств связи (радио, телефона, телеграфа, телевидения), и начинались они с работ К. Шеннона, опубликованных в конце 40-х годов [Shannon, Weaver, 1949]. Эти теории позволяли ставить и решать задачи об оптимальном кодировании передаваемых сигналов с целью повышения пропускной способности каналов связи, подсказывали пути борьбы с помехами на линиях и т.д. В теории К. Шеннона под информацией понимались сообщения (из внешнего мира), которые уменьшают неопределенность у получателя этого сообщения, когда происходит выбор одной из нескольких возможностей. На первый план выдвигается идея кода и канала передачи информации, а количество информации, характеризующее данное сообщение, определялось множеством всех возможных сообщений и их вероятностей независимо от их смыслового содержания. Информация возникает лишь в своей внешней оболочке, которая представлена синтаксическими отношениями знаков. Такое понимание приводит к атрибутивной концепции информации, в рамках которой считается, что информация, являясь частью физического мира наподобие энергии или вещества, присуща всем физическим процессам и системам. Весьма распространенным является и такой вариант интерпретации атрибутивного подхода, при котором допускается, что информация может существовать лишь в одной синтаксической форме, для нее не обязательны семантические и прагматические характеристики,

которые возникают позже, в ходе биогенеза [Информационный …, 2010]. Концепция информации К. Шеннона отвечала потребностям своего времени, стремлению к четкому математическому описанию ее количественных характеристик. Количество информации позволяет оценить количество знаков, достаточное для кодирования передаваемой информационной модели. При этом происходит абстрагирование от смыслового содержания передаваемой информации. Под информацией понимается все, что может быть передано по каналам связи от источника к получателю, обладающее количественными характеристиками, позволяющими передавать различные знаки, сигналы, сведения как живыми организмами, так и машинами, смысловое содержание информации, ее ценностные характеристики при этом практически не учитывались.

Второе направление представляет собой исследование содержательной стороны информации, ее качественного аспекта. В связи с тем, что знаковые структуры имеют определенный смысл, общий для отправителя и получателя, то поступающая информация соотносится с информацией, имеющейся у получателя, и возникает задача их соотнесения [Шрейдер, 1965]. Акцент делается на свойствах приемника, воспринимающего и накапливающего информацию, и на оценке ее семантического (смыслового) значения, а вопрос о канале передачи информации уходит на второй план. Основная идея заключается в том, что семантическую информацию, воспринимаемую данной системой, можно оценивать по степени изменения содержащейся в системе собственной семантической информации за счет накопления внешней информации.

Этот этап теоретического расширения понятия информации связан с кибернетикой – наукой об управлении и связи в машинах, живых организмах и обществе [Дубровский, 1996]. В кибернетике подход К. Шеннона дополнялся принципом единства информации и управления, который особенно важен для анализа сути процессов, протекающих в самоуправляющихся, самоорганизующихся биологических и социальных системах. Концепция, развитая в работах Н. Винера, основана на бинарном мышлении. Система

организована из структур переработки информации и структур управления, каждая из которых, в свою очередь, уже устроена иерархическим образом. В данной концепции предполагается, что информация, полученная от источников первичной информации (сенсорных рецепторов), преобразуется некоторым центральным устройством переработки информации и передается в систему управления. В этой системе информация передается на периферию в те участки, где она (информация) воспринимается элементами системы как приказ для выполнения того или иного действия. По совершении самого действия сенсорные рецепторы готовы к передаче информации об изменившейся ситуации для выполнения нового цикла управления. Так организуется циклический алгоритм циркуляции информации и управления в системе. При этом важно, что информация существует в двух формах – информация внешнего мира и внутрисистемная информация, а под информацией понимается «обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств» [Wiener, 1948]. В рамках кибернетической концепции внутрисистемная информация понимается как некоторое знание, имеющее одну ценностную меру по отношению к внешнему миру (семантический аспект) и другую по отношению к получателю, накопленному им знанию, его познавательным целям и задачам (прагматический аспект) [Гришкин, 1973].

Третье направление понимания информации связано с изучением прагматического аспекта информации, который определяется ее пользой. Сообщение, переданное получателю, информативно, если оно оказывается значимым для него и изменяет его «целеустремленное состояние» [Акофф, Эмери, 1974]. Предполагается, что у субъекта существуют намеченные цели, к которым он стремится, и имеются альтернативные пути неодинаковой эффективности для их достижения. В прагматических концепциях именно аспект влиятельности информации является центральным, что приводит к необходимости учитывать те качества информации, которые определяющим образом влияют на поведение самоорганизующихся, целенаправленных

кибернетических систем (механических, биологических, социальных) [Мамчур, 2014].

Синергетическое понимание информации соответствует исторической логике развития научных представлений о природе информации. Рассматривая информацию (субъекта) в контексте его коммуникации как модель фрагмента действительности, выделяем три измерения информации. В физическом измерении подразумевается существование материального (видимого для другого субъекта) носителя информации – знакового текста. В социальном измерении информация (текст) содержит потенциальный (неявный) смысл, скрытый для субъектов, не обладающих правилами интерпретации знаков текста. Информация, выступая в качестве инструмента достижения целей автора, развертывается в ментальном измерении, если потребитель информации способен реконструировать автора и его цели.

Информация поступает к субъекту в текстовой форме. Природа организации информации подобна природе организации знакового текста, который рассматривается как вербальная система, представляющая совокупность знаковых единиц; пространство смыслов, раскрывающихся при интерпретации структурных элементов текста; инструмент для реализации в коммуникации целей субъектов [Гальперин, 2004; Дридзе, 1984; Лотман, 1998]. Тексты сообщений фиксированы и доступны для непосредственного наблюдения, в то время как продуцируемые реципиентами смыслы не фиксированы, не наблюдаемы и неуловимы [Брайант, Томпсон, 2004; Харрис, 2001]. Условно говоря, в тексте нет смыслов, они привносятся читателем, проявленный смысл появляется в том случае, когда читатель и автор имеют общий язык, общий способ понимания, общий взгляд на действительность. Поскольку текст является частью коммуникационного процесса, то он имеет свою функцию, свое предназначение в соответствии с целями коммуникатора, являясь инструментом для реализации его планов. При этом именно поставленная задача, которая является продуктом целенаправленной деятельности участников коммуникации, определяет информационное содержание, выбор которого не бывает случайным

[Адамьянц, 2009; Дридзе, 1984; Лакофф, 2004; Матвеева и др., 2002]. В теориях коммуникации трем измерениям информации (и текста) соответствуют три аспекта общей семиотики: синтактика (знаки), семантика (значения) и прагматика (действия в ситуации коммуникации) [Гальперин, 2004; Кашкин, 2000; Степанов, 1985].

Обычно в качестве основных единиц анализа текстовых структур используют автономные целостные конструкты: знак, слово, текст [Лотман, 1998; Гальперин, 2004]. Эти единицы отличаются различной природой организации целостности: знак представляет собой синкретическую целостность, слово – системную, текст – синергетическую. Рассмотрим базовые единицы вербальной информации совместно с фрагментами среды их функционирования: знак в контексте, слово со своим окружением, текст как часть совокупного текста, как реплику в коммуникации.

Знаки представляют собой свернутую в одну конструкцию целостную систему представлений о некотором фрагменте мира, накопленных в культуре социума и усвоенных субъектом (такое понимание приводит к тому, что в качестве знака могут выступать не только буквы, но и слова, тексты). Эта система представлений находится в постоянном развитии, так же, как и индивидуальный субъект, и культура социума. Фундаментальными в семиотике являются принципы «условности» и «дифференцировки значений» любого знака [Реформатский, 1996]. Это означает, что знак не имеет непосредственного значения, но направлен на значение. Его семантическое наполнение условно, поэтому в обособленном знаке для постороннего наблюдателя смысла нет (точнее, он не может его реконструировать в рамках своих представлений), но смысл может быть для группы людей, связанных общей культурой, т. е. помещающих этот знак в контекст знаний своей культуры.

С накоплением знаний, предполагающих моделирование сложноорганизованных объектов действительности, в каждой культуре вырабатываются амодальные знаковые единицы (например, буквы). В этом случае знак приобретает смысл только в контексте своего ближайшего окружения, когда

в совокупности с другими знаками он составляет единицу смысла, носителем которого обычно рассматривается слово (а может и словосочетание, и синтагма, и целое предложение, и абзац, и весь текст) [Лотман, 2000; Рецкер, 2010]. В ситуации коммуникации слово конкретизирует содержащуюся в нем обширную информацию, сокращая ее объем до коммуникативного минимума, который обычно составляет одно лексическое значение [Виноградов, 2001]. Язык как таковой вообще возможен только при наличии определенного перечня общепринятых значений слов, зафиксированных в «толковых» словарях. Тезаурус любого языка является списком феноменов, доступных восприятию этой культуры, изменения в мире приводят к изменению языка, и, наоборот, меняя формулировки, мы попадаем в другой субъективный мир.

Фактически в коммуникации нет слов с простыми денотативными значениями, то есть со значениями универсальными, понятными для всех. Любое слово, вовлеченное в массовую коммуникацию, начинает функционировать как полисемичное, обрастая все новыми коннотациями. Множественность интерпретаций любого понятия хорошо известна лингвистам [Кобозева, 1986] и частично представлена в толковых словарях. В них обычно указываются и области наиболее вероятного употребления конкретных значений. В тексте слово приобретает конкретное значение только в некоем контексте, при этом ни одно слово из этого фрагмента текста может не иметь исходного значения, которым оно обладало в момент первоначального «буквального» прочтения. Полисемия не разрушает тождества слова, которое рассматривается как целостная, но многозначная единица языка. Именно в силу многозначности слов, вызванной индивидуальным опытом и сложностью когнитивных структур, мы можем выразить неисчерпаемое количество оттенков их смысла.

Конкретный смысл может выражаться и другим словом, например, синонимом, исходя из задач коммуникации. Слово существует в опыте (и тезаурусе) субъекта как дискретный спектр значений, но синергетическое рассмотрение слова вместе с контекстом, придающим ему значение, задает смысл слова как фрактальной области в семантическом пространстве социетального

дискурса. Новые словари синонимов отражают эту ситуацию, когда значения слов задаются не перечислением ряда дискретных значений (и приведением ситуаций применения), а описанием синонимичных рядов, в рамках которых и разворачиваются значения в конкретных ситуациях [Новый …, 2003]. Семантика слова, как многообразие смыслов, проявляется не только в знаковых формах репрезентации слов, а в их семантической системной организации, доступной достаточно зрелому индивидуальному субъекту, способному воспроизводить смыслы, накопляющиеся в культуре и приписываемые их знаковому воспроизведению.

В основе обретения смысла лежат три элементарные функции, которые состоят в том, чтобы назвать предметы реального мира (номинация), привести их названия в связь друг с другом (предикация), локализовать названия в пространстве и времени (локация) [Степанов, 1985]. Эти функции мы будем учитывать в ходе последующих рассуждений. Смысл слов в конкретной ситуации проявляется в зависимости от текстуального контекста, в котором оказываются эти слова, что вызывает в сознании дополнительные свойства, признаки, связи. Тем самым создаются обобщенность и объемность значения слова, возможность оперировать пространством значений, использовать взаимозаменяемые слова (описывать ситуацию, а не предмет). В то же время слова как единицы смысла имеют собственную сложную семантическую организацию (как области семантического пространства) и в некоторых ситуациях могут выполнять функции текста, проявляя коммуникационные намерения респондентов.

Изменения социального контекста ведут к тому, что часть понятий, как и обозначаемых ими явлений, уходит из активного употребления и/или может остаться в качестве терминов, демонстрирующих особенности прошлого социального устройства, а часть понятий приобретает новые оттенки значений, благодаря появившемуся новому измененному социальному контексту. Если бы смысл слов, семантическое пространство их значений не расширялись, приходилось бы придумывать множество новых, а так привычные понятия начинают использоваться для обозначения новой социальной реальности

[Гусельцева, 2010]. Употребление слова в тексте может не только задавать область семантического пространства и раскрывать смысл текста, но и локализовать социальную позицию автора во временной перспективе. Например, понимание слова «дом» в смысле семейного гнезда. Сельская хата родителей, студенческая общага, съемное жилье, заработанная квартира, загородный дом – это возможное временное разворачивание смысла понятия «дом» в сознании одного человека на протяжении его жизни. Если, исходя из контекста, понятно, о каком «доме» в тексте идет речь, то можно судить о том, какой жизненный период героя имеется в виду. Когда рефлексивные процессы субъекта разворачиваются в жизненной (временной) перспективе и выходят за пределы реперных (узловых) точек жизнедеятельности, тогда и появляется возможность осознать и почувствовать происходящие смысловые изменения и переосмыслить свою историю жизни, по-новому расставив смысловые акценты. Понимаемый субъективный смысл слова в тексте позволяет реконструировать социальную позицию автора в ситуации коммуникации с читателем, для чего необходимо знание предыстории событий.

Как уже отмечалось выше, текст может выступать и в качестве знака, и в качестве носителя смыслов, раскрывающихся через интерпретацию его содержания. С синтаксической точки зрения, текст есть множество элементов (предложений, высказываний, композиционных элементов любой знаково-символической системы), связанных друг с другом выбираемыми автором структурными отношениями, характерными для знаковой системы данного типа [Кузнецов, 1999]. Значение элементов текста в связи с существованием различных способов его структурирования определяется разнообразными контекстами, порождая как множество возможных толкований частей текста, так и его самого в целом.

Понимание смысла текста также происходит в трех развертывающихся измерениях, что легче всего проследить на примере художественного текста. Осмысление событий, происходящих в тексте, подразумевает акцентуацию на событиях текста, когда канва событий, происходящих в тексте, ставится во главу

внимания. Конструируется текстовое измерение семантического пространства художественного текста. При этом читатель по отношению к событиям текста занимает позицию внешнего наблюдателя. Если содержание текста проецируется на субъективно значимые сферы жизнедеятельности читателя, то события в тексте помещаются в другой контекст (исторический и/или социальный), в связи с чем они становятся символом иной (внетекстовой) реальности. Интерпретации текста происходят в рамках дискурса субъекта, который локализует себя во времени (в историческом контексте) и выбирает в нем социальную позицию для понимания происходящих событий. Конструируется коммуникационное измерение семантического пространства художественного текста, который является инструментом коммуникации читателя и автора. Интеллектуальная и социальная компетентность читателя обусловливает широту возможных толкований и постижение возможного эзопова языка автора. Дискурсивное измерение смысла текста предполагает анализ коммуникации автора и читателя, но не по поводу смысла текста, а в связи с замыслом его автора. Примером понимания целей коммуникации может служить то, что чтение Библии, в конечном итоге, подразумевает приход к Богу (обращение в веру), а не только понимание смыслов текста этой книги.

Информация, в свою очередь, может быть сложноорганизованной. В качестве элементарной синкретической информации может выступать текст (единичное сообщение), моделирующий фрагмент действительности в ограниченном пространстве и временном промежутке с имплицитно заданным автором. Информация системной организации представлена совокупным текстом (метатекстом), который образуют отдельные тексты, сгруппированные по различным основаниям (в пространстве, во времени, по авторству). Примером могут служить информационные кампании, когда каждый текст приобретает свое значение только в ряду других текстов. Информационное пространство (гипертекст) является примером информации с фрактальной организацией, когда субъект (индивидуальный, групповой, общество в целом) конструирует общую мозаичную картину мира из доступных ему текстов в соответствии со своими

интересами. В общем случае организация информационного пространства общества воспроизводит организацию социума на основе присущего ему социетального дискурса.

Информационное пространство развертывается в следующих измерениях: как совокупность информационных текстов СМИ (рис. 3.3.1), как часть социальных коммуникаций субъектов (рис. 3.3.2), являющихся частью процесса конструирования дискурса (рис. 3.3.3). Информационное пространство потребителя включает в себя пространство непосредственно доступной ему информации. В ходе социальных коммуникаций происходит усложнение организации семантического пространства субъекта: увеличивается количество социальных позиций субъекта, на основе которых конструируются модели действительности. Это, в свою очередь, позволяет аппроксимировать границы картины мира в рамках многомерных моделей. Конструирование совместного дискурса предполагает опору на дискурс индивидуального субъекта, когда этот субъект проверяет адекватность любого дискурса, его соответствие жизненным реалиям, используя собственные критерии, выработанные в процессе социализации. Информационное пространство можно рассматривать как текст дискурсов субъектов общества, доступных потребителю информации. Авторами этого текста могут выступать: сам потребитель, субъекты, участвующие в коммуникациях с ним, общество в целом.

Усложнение организации информации – от знака в контексте к слову в контекстах, а от него – к тексту в тексте, когда каждый новый конструкт «прочитывается» (обретает смысл) в контексте другого, а их совокупное значение поддерживается взаимной связью всех элементов, дает возможность создавать на основе информации многообразные семантические модели действительности. Восприятие информации в ходе коммуникации позволяет субъекту реконструировать смыслы, заложенные в ее содержание. Каждый материальный элемент информации (знак, слово, текст), рассмотренный в контексте, содержит в себе потенциальную возможность развертывания семантического пространства в связи с тем, что он обозначает его фрагмент и может служить конструктивным

элементом его содержания. Вместе с тем сложность организации этих элементов может задавать сложность организации семантического пространства, а логика употребления этих элементов может указывать на цели автора. То есть на основе использования некоторых конструктивных элементов содержания информации можно реконструировать фрагмент дискурса, который отражает его целостную структуру и концепцию и позволяет понять замыслы автора информации.

Информация рассмотрена как составная часть коммуникации, в которой она предстает в виде физического носителя, способа организации взаимодействия субъектов, инструмента реализации целей ее автора. Понятие «информация» возникает в рамках анализа коммуникации субъектов, когда она является репликой в коммуникации. Информация в виде целостного (знакового) текста представляет собой элемент взаимодействия субъектов (социальный текст) и артикулированный фрагмент дискурса автора (дискурсивный текст). Она рассматривается как последовательность знаков, имеющая смысл в рамках целей субъекта в коммуникации. При этом, условно говоря, знаки, смыслы и цели не столько в самой информации, сколько в «голове» у потребителя, способного их (ре)конструировать. В общем случае информация представляет собой явный контент (знаковое содержание), подразумеваемый контекст (позволяющий реконструировать смыслы текста), завуалированный дискурс коммуникации (в котором намечены цели использования информации). Информация является фрагментом дискурса субъекта влияния, в котором имплицитно содержится способ коммуникации субъектов, опирающийся на общность используемого ими социетального дискурса. Это предполагает возможность взаимопонимания контактирующих субъектов и конструирования ими совместного дискурса.

### 3.2. Синергетическая модель организации дискурса

Наблюдается все более широкое употребление понятия «дискурс» при большом разнообразии и вариации его толкования [Киященко, 2015]. В работе дискурс понимается как постоянно совершенствующийся ментальный инструмент субъекта, представляющий собой текст, автор которого вместе со своим замыслом

доопределяется в конкретной ситуации (рис.3.2.1-2). Организация дискурса подобна организации внутреннего мира (рис. 1.3.3-4), только элементы («буквы»), используемые при написании текста, различны. «Буквы» внутреннего мира идут по нарастающей сложности: сенсорные ощущения субъекта, (визуальные) представления, речемыслительные понятия, тогда как дискурс, представляющий наивысший уровень сложности организации внутреннего мира, базируется на использование понятий.

Дискурс как теоретическая модель субъекта в мире представляет собой текст субъекта за время его жизнедеятельности, конструируемый в соответствии с замыслом этого текста. Автором текста жизнедеятельности является субъект во всех своих жизненных проявлениях. Автор дискурса задается рефлексивными возможностями субъекта, когда в конкретной ситуации этот автор доопределяется в ходе аутокоммуникации субъекта, выбирающего возможную роль и позицию. В локальной ситуации у субъекта имеется вариант картины мира, включающий в себя неявный образ самого субъекта и предполагаемые схемы его поведения в некоем контексте (ситуативный дискурс). Неопределенность бытия субъекта, связанная с необходимостью совмещения различных картин мира, преодолевается способностью субъекта согласовывать одновременное функционирование в различных пространствах своего существования, когда отдельные картины мира интегрируются в целостное понимание. Эти картины могут соединяться последовательно, параллельно, быть разноуровневыми, когда одна картина является частью другой. Синтез этих способов интеграции обеспечивает непрерывность, дискретность, фрактальность (дробность) интегративной картины мира (совокупного текста жизнедеятельности).

Дискурс организован как триединство картины мира, ее автора (занимающего различные позиции в социальном пространстве), его планов на будущее (замысел текста дискурса) (рис. 3.2.3). Синергетическая (тринитарная) модель дискурса предполагает «первоначальное» задание автора дискурса. В рамках бинарного мышления дискурс формируется субъектом, в рамках тринитарного мышления иная логика – субъект конструирует представления о

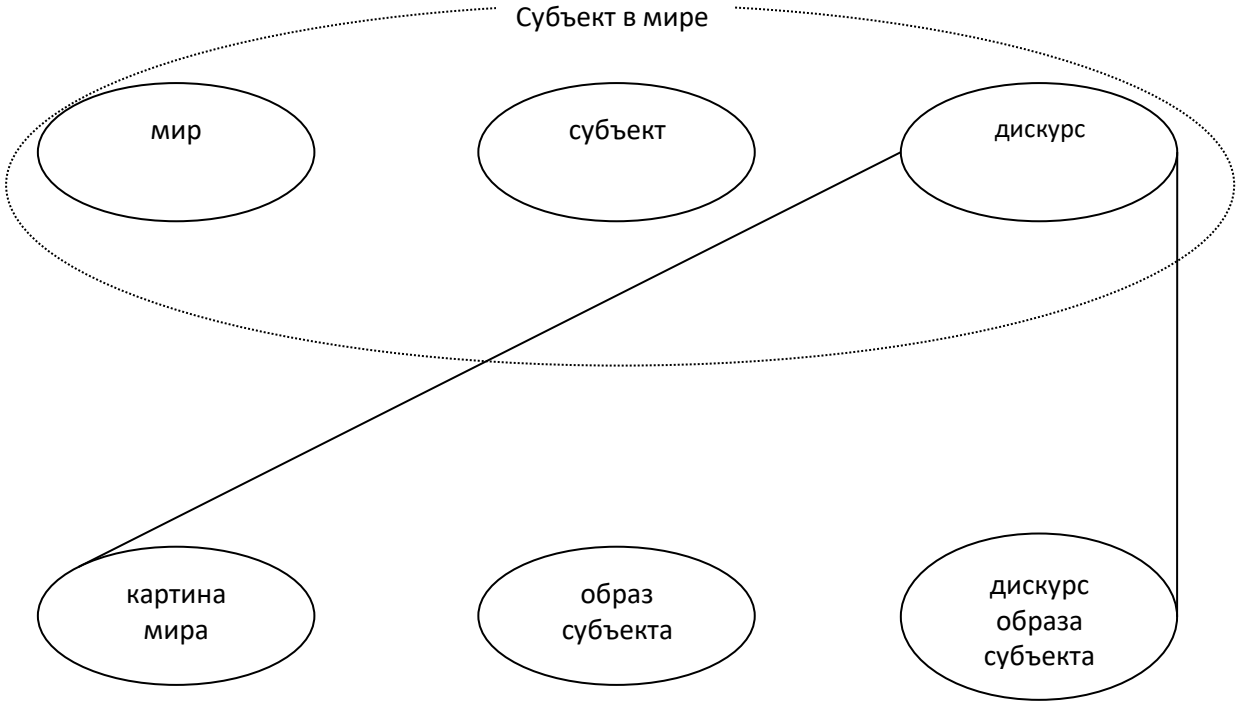


*Рис. 3.2.1.* Схема организации дискурса субъекта

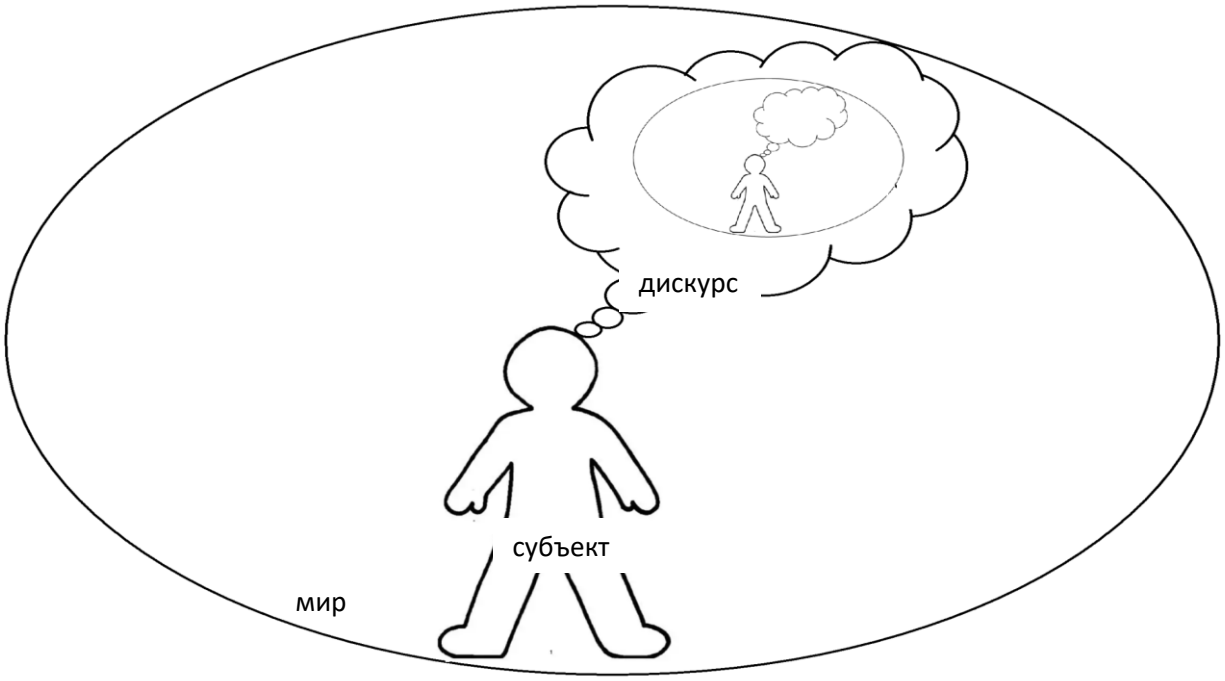


*Рис. 3.2.2.* Рисунок организации дискурса субъекта

| Организация текста | Текст | Автор | Замысел |
|---|---|---|---|
| Организация дискурса субъекта | | | Прошлое, настоящее, предполагаемое будущее |
| | | Образ субъекта | |
| | Картина мира | | |

*Рис. 3.2.3*. Схема трехмерной организации дискурса субъекта

себе (в ожидаемом мире), на основе уже этих представлений, от лица неявно предполагаемого субъекта, он конструирует текст дискурса. Если привести аналогию из биологии, то это напоминает малый и большой круги кровообращения: чтобы снабдить органы кислородом, вначале надо обогатить кровь кислородом в легких.

Задание автора дискурса как автономного субъекта, как взаимодействующего субъекта или как части метасистемы будет обусловливать когнитивную сложность используемого дискурса. Понимание автора дискурса как части метасистемы, то есть части автора дискурса метасистемы, приводит к рассмотрению организации дискурса как «текст в тексте», что позволяет конструировать сложноорганизованные многоразмерные модели за счет умножения размерности на каждом шаге глубины конструкции дискурса. Дискурс субъекта содержит совместный дискурс коммуникации с другими субъектами, в то же время являясь его частью. В таком понимании заложена возможность доопределения дискурса в ходе коммуникации, что допускает потенциальную вероятность его переформатирования. Побочным эффектом сложной организации дискурса является многообразие трактовок дискурса, когда исследователи, задавая некий контекст проявления дискурса, изучают одну из форм его организации.

Понимание организации дискурса как «текст в тексте» предполагает разные способы конструирования «вложенных» дискурсов. (Ре)конструирование картины мира идет в направлении «от мира к человеку» (от целого к части), когда понимание особенностей воспринимаемой картины мира позволяет реконструировать как позицию субъекта, занимаемую им в этом мире, так и самого субъекта. Конструирование представлений о себе идет «от человека к миру» (от части к целому), когда представления о себе как об автономном субъекте сменяются пониманием субъекта взаимодействующего с миром, а потом пониманием себя как части целостного мира.

Сложноорганизованная структура дискурса субъекта развертывается по мере востребованности в ситуации, когда субъект оценивает значимость ее

контекста для него. Для «автономного» субъекта, то есть субъекта, воспринимающего себя вне контекста, характерна одномерная организация дискурса. При этом картина мира, сформированная у субъекта, считается им «объективной» картиной мира, а дискурс субъекта объявляется «единственно правильным» дискурсом (ведь по логике субъекта существование других авторов не подразумевается).

Для «взаимодействующего с миром субъекта» дискурс будет развертываться как картина мира, в которой содержится субъект. В зависимости от занимаемой позиции субъекта его версии картины мира будут отличаться. В этом случае можно говорить о двумерной организации дискурса, когда в одной размерности задаются позиции субъекта, а в другой – соответствующие этим позициям картины мира. Картина мира теряет статичный характер, каждый элемент ее структуры имеет некоторую область значений (в каждой позиции субъекта элемент организации картины мира может иметь отличающееся значение), что приводит к подвижности границ картины мира. В конкретной ситуации определяется набор значимых позиций субъекта и воспроизводится соответствующая им когерентная картина мира. Изменение набора ролей и ролевых предпочтений приводит к преобразованиям интегративной картины мира, предполагая ее динамический характер.

Картина мира субъекта, локализованного в пространстве, роли и времени, составляет элемент дискурса. В конкретной ситуации на основе идентификации субъекта, выделяющего значимые для себя роли, воспроизводится дискурс, соответствующий системной интеграции картин мира в подразумеваемых ролевых позициях. Высокая дифференциация социальной структуры приводит к одновременному и фрагментарному участию субъекта во многих не связанных между собой группах, задающих набор его ролей. Причем эти группы могут быть ситуативными и не иметь четких границ. Многообразие выполняемых ролей может привести к ситуации, когда интересы ни одной из групп не могут быть поставлены субъектом во главу угла на длительное время, а на первый план

выходит согласование значимости групповых интересов в рамках субъективного дискурса системной организации.

Сложноорганизованная структура дискурса, устроенная по принципу «текст в тексте», развертывается, когда субъект подразумевает себя частью метасистемы. Можно сказать, что у субъекта уже существуют представления о мире как пролонгация представлений о себе, которые он должен сконструировать, задавая понимание автора дискурса. (Ре)конструирование автора дискурса подразумевает, что замысел (идея) дискурса у автора уже сформирован. Сложноорганизованный дискурс (дискурс в дискурсе) субъекта содержит в себе прогноз предстоящего состояния картины мира и программу деятельности субъекта в предполагаемой действительности, которая конкретизируется в ходе последующего конструирования картины мира. То есть в дискурсе заложены цели субъекта, в ходе конструирования дискурса субъект осуществляет целеполагание. В каждой ситуации дискурс доопределяется, когда ситуативные цели субъекта могут привести к коррекции жизненных целей субъекта, в соответствии с которыми выстраивалась ситуативная деятельность. В таком понимании дискурс представляет собой непрерывно обновляемый субъектом текст, организация которого, как было определено выше, представляет собой «текст в тексте». Концепция дискурса проявляется в свернутой программе жизнедеятельности, которая на отдельных временных промежутках конкретизируется в программах деятельности субъекта.

Сложноорганизованный дискурс представляет собой свернутую программу деятельности субъекта на некотором временном отрезке, в рамках которого осуществляется прогноз предстоящих изменений в картине мира [Плющ, 2007с]. Дискурс – это открытый сложноорганизованный текст внутреннего мира субъекта, системообразующей функцией которого является «опережающее отражение», позволяющее субъекту планировать свою деятельность. В стандартной, привычной ситуации человек следует нормативной программе деятельности, которая априори задана, и поэтому дискурс проявляется как картина мира субъекта в одной из ролевых позиций. Изменение значимости

ситуации, приводящее к уточнению самоопределения субъекта, вызывает развертывание субъектом организации дискурса и внесения в нее корректив. Именно поэтому можно говорить о конструируемой природе дискурса, когда он в каждой ситуации доопределяется в соответствии с жизненными целями субъекта, задающими значимость интерпретируемых событий.

Как следствие происходящих с миром и субъектами изменений, каждый субъект имеет неповторимую картину мира. В то же время способ концептуализации действительности, свойственный каждому субъекту, отчасти универсален, отчасти специфичен [Апресян, 1995]. Именно наличие общих, универсальных принципов организации семантических структур обеспечивает возможность взаимопонимания между субъектами и включения новой информации в существующую модель мира.

Артикулированный фрагмент дискурса предстает в виде информации. Дискурс проявляется в организации знакового текста и в конструировании ситуации коммуникации в соответствии с целями автора информации. Сквозь призму дискурса мы видим мир, «искаженный» нашим пониманием. Дискурс всегда в той или иной степени оказывается «кривым» зеркалом, отражающим картину мира, выражающим автора и содержащим цели коммуникации, которые могут трансформироваться. В процессе коммуникации дискурс подчинен целям коммуникации, создавая парадоксальную ситуацию, когда часть дискурса оказывает влияние на целое. В таком понимании заложена модель саморазвития по принципу круговой причинности, когда заданные дискурсом нормативные взаимоотношения субъектов, которые в процессе коммуникации могут изменяться, начинают оказывать влияние на дискурс, предусматривая учет произошедших преобразований. Возникает ситуация постоянного обновления дискурса, в котором учитываются происходящие с субъектом изменения.

Дискурсивная практика разворачивается в трех измерениях – презентация дискурса субъекта, ситуативное взаимодействие с дискурсами других субъектов, построение совместного дискурса. Последний может базироваться на принятии универсальности дискурсов одного из субъектов, на понимании

дополнительности дискурсов в различных ситуациях, на признании равноправия дискурсов и целостного их включения в общий дискурс, в связи с чем субъекты могут выступать в качестве его соавторов.

Дискурс может быть характеристикой индивидуального субъекта, группового субъекта, социума в целом. Сложность организации группового субъекта приводит к сложности организации его дискурса [Плющ, 2013b]. Автор этого дискурса как целостный субъект представляет собой институализированную структуру социума. Можно говорить о системной организации дискурса группового субъекта, предполагающей интеграцию дискурсов субъектов группы в соответствии с их социальным статусом. Концепция дискурса группы задается функцией группы в метасистеме. Автором совместного дискурса группы является структура управления («элита»), которая организует деятельность группы в соответствии с ним, способствуя его усвоению группой. В другом измерении групповой дискурс составляют дискурсы индивидуальных субъектов, которые воспроизводят целостный дискурс группы в соответствии со своим пониманием.

В зависимости от осознания индивидуальным субъектом значимости принадлежности к группе дискурс группового субъекта может выполнять различные функции. Этот дискурс может становиться нормативным дискурсом индивидуального субъекта, если принадлежность к группе наиболее значимая социальная роль субъекта. Если деятельность в группе составляет одну из многочисленных ролей индивидуального субъекта, то дискурс группового субъекта сохраняется в дискурсе индивидуума как возможный вариант программы жизнедеятельности при определенных условиях. Если принадлежность к группе не является значимой для индивидуального субъекта, то усвоенный дискурс группового субъекта может быть возможной иллюстрацией дискурса других субъектов общества, способствующей взаимопониманию в ходе коммуникации.

Организация социетального дискурса обусловлена организацией социума. Сложноорганизованный социум объединяется по различным основаниям, что ведет к существованию различных структур, скрепляющих его, при этом

индивидуальные субъекты могут входить в состав нескольких групп. Социетальный дискурс проявляется в жизнедеятельности общества, в организации коммуникаций субъектов, в дискурсах субъектов. Несмотря на предлагаемую глобальность устроения социетального дискурса, отметим его принципиальную незавершенность. Изменение действительности, переосмысление отношений субъектов, появление у них новых знаний могут привести к переформатированию всей организации дискурса. В ходе жизнедеятельности общество (ре)конструирует социетальный дискурс, когда происходит процесс самоорганизации обществом его жизненной программы в существующих условиях. Концепция дискурса задается реконструкцией предназначения социума, которое может трансформироваться в новых исторических условиях. Если (коллективным) автором текста жизнедеятельности являются все субъекты общества, то автором социетального дискурса могут быть не все субъекты общества, что обусловлено социальной организацией общества и моделью социетального дискурса.

Индивидуальный субъект одновременно является носителем уникального собственного дискурса, дискурса групп – как участник этих групп, социетального дискурса – как представитель общества. Для индивидуального субъекта дискурс рассматривается как сконструированная субъектом картина мира, основанная на некоей логике субъекта, при этом данная картина включает в себя неявный образ самого субъекта и схемы его поведения в некоем социальном контексте [Дейк, 1989; Михалева, 2009]. Дискурс одновременно рассматривается как картина мира, как автор, как замысел дискурса (текста), в котором заложены будущие ожидания субъекта, его имплицитная программа жизнедеятельности. Дискурс группового субъекта представляет собой такую «картину мира», которая «истолковывает» действительность с целью выражения тех или иных сублимированных групповых интересов. Достаточно часто для обозначения дискурса группового субъекта используется термин «идеология», под которой понимается коллективно вырабатываемая и индивидуально принимаемая ценностно-смысловая сетка, помещенная между индивидом и миром и опосредующая жизнедеятельность

этого индивида. Социетальный дискурс имеет множество форм проявлений, в частности: мировоззрение, которое позволяет субъектам общества ориентироваться в мире; культуру общества, задающую субъектам нормативные образцы поведения; социальный проект (например, «национальная идея»), предоставляющий возможность субъектам планировать возможность самореализации в предполагаемом будущем.

В ходе социализации индивидуального субъекта происходит перманентное развертывание сложности организации его дискурса, обусловленное социальным и культурным контекстом [Кожемякин, 2007]. Каждый человек в обществе является участником определённого множества своих нишевых групп, где он решает свои задачи, проблемы, реализуется и развивается как личность. К этим группам человек периодически «подключается» в процессе социальных коммуникаций, а также с целью осуществления совместной деятельности [Рыжов, Курдюмов …]. Включаясь в деятельность группы, субъект соотносит себя с ее участником и усваивает групповой дискурс. В арсенале его дискурсивных практик появляются дискурсы значимых для него групп, которые он может использовать в зависимости от социального контекста ситуации. Сталкиваясь с инакомыслящими представителями других дискурсов (с которыми он себя не идентифицирует), в ходе коммуникации субъект может использовать фрагменты инородного дискурса для достраивания своего дискурса. В результате изменяется конструктивная сложность модели мира, расширяются способы понимания (на основе логики событий в тексте, логики коммуникации, логики конструирования совместного дискурса) и совершенствуются дискурсивные практики [Плющ, 2007b].

В глобальном плане дискурс определяем как замысел текста жизнедеятельности, как жизненную программу субъекта, которая развертывается в трех измерениях: картина мира, образ субъекта в мире (в частности, набор ролей в социальном пространстве), программа действий (в предполагаемом будущем). В конкретной ситуации дискурс субъекта, локализованного в пространстве, времени и выполняемой им в мире функции, представляет собой прогноз ожидаемых

свершений. Субъекту, взаимодействующему с миром, приходится постоянно корректировать картину изменяющегося мира, набор своих ролей, горизонт планирования целей жизнедеятельности. В связи с этим дискурс субъекта представляет собой подвижную конструкцию, которая обновляется в каждый момент времени при изменении ситуации. Чтобы сохранить устойчивость организации дискурса в целом, в каждом из измерений для структурных компонентов существует диапазон значений, в рамках которого структура сохраняет свою функциональность. Это приводит к тому, что организация дискурса находится в состоянии динамического равновесия. Поступление информации может вести к изменению сложившегося динамического равновесия, что позволяет субъекту конструировать новую форму организации дискурса, охватывающую расширенное содержание картины мира, иной спектр ролевых позиций субъекта, другие горизонты планирования целей жизнедеятельности.

С одной стороны, дискурс индивидуального субъекта является частью социетального дискурса, с другой – дискурс индивидуального субъекта содержит социетальный дискурс (его модель) в качестве своей составной части. Дискурсы индивидуальных субъектов входят в социетальный дискурс и как части дискурсов групп, к которым относятся эти субъекты. Дискурс индивидуального субъекта постоянно видоизменяется, в изменяющемся мире меняется модель мира, у субъекта появляются новые социальные позиции и соответствующие им программы деятельности. Социетальный дискурс, представляющий совокупность дискурсов социальных субъектов, также находится в состоянии постоянной трансформации: меняются составляющие его дискурсы субъектов, как индивидуальных, так и групповых. Изменения в социальной организации ведут к преобразованию принципов интеграции социетального дискурса. Подвижность организации дискурса как индивидуальных субъектов, так и общества в целом является основным условием информационного влияния, позволяющим оказывать результативные воздействия. Неизменяемость дискурса делала бы невозможным осуществление информационного влияния.

## 3.3. Информационное влияние как продвижение дискурса субъекта влияния

В рамках синергетического понимания информация была рассмотрена как последовательность знаков, имеющая смысл в рамках целей субъекта в коммуникации. Организация дискурса также представлялась тринитарной, когда он определялся как инструмент познания мира, коммуникации и самоорганизации, который позволяет субъекту ориентироваться в мире, регулировать поведение, планировать будущее. Учитывая подобие организации информации и дискурса, можно рассматривать информацию как фрагмент дискурса, проявляющегося в локальной коммуникации, которая есть частью жизнедеятельности.

Фрагменты дискурса автора, которые артикулируются в информации, потребитель может использовать в своей жизнедеятельности для совершенствования собственного дискурса. Синергетическое понимание информации позволяет рассматривать коммуникацию как процесс дискурсивного взаимодействия субъектов, а информационное влияние – как продвижение дискурса субъекта влияния. В коммуникации дискурс субъекта влияния находит свое выражение в знаковом тексте информации, в социальном тексте (в конструировании совместного дискурса в ситуации коммуникации), в обновленном тексте дискурса потребителя информации. Рассмотрение общества как коллективного субъекта информационного взаимодействия приводит к тому, что продвижение дискурса субъекта влияния может осуществляться в информационном пространстве знаковых текстов, при конструировании совместного дискурса субъектами общества в ситуации коммуникации (в социальном пространстве), при (ре)конструировании социетального дискурса (в дискурсивном пространстве социума).

Продвижение дискурса означает, что до коммуникации «объект» продвижения уже сформирован. В процессе коммуникации происходит переформатирование дискурса потребителя информации как следствие внедрения фрагментов дискурса субъекта влияния. Посткоммуникативная стадия

коммуникации позволяет судить, насколько преобразования дискурса соответствуют запланированным целям. Рассмотрение информационного влияния как продвижение дискурса приводит к пониманию троякой роли дискурса, который может выступать в качестве инструмента информационного влияния, пространства коммуникации субъектов (конструирования ими совместного дискурса) и цели (реорганизации обновленного дискурса потребителя информации).

Тринитарная организация информации (знаки, смыслы, цели) предоставляет возможность потребителю информации восстановить организацию транслируемого дискурса и использовать его отдельные конструкты для совершенствования собственного дискурса. Как знаковый текст информация субъекта влияния является частью информационного пространства СМИ потребителя информации (рис. 3.3.1).

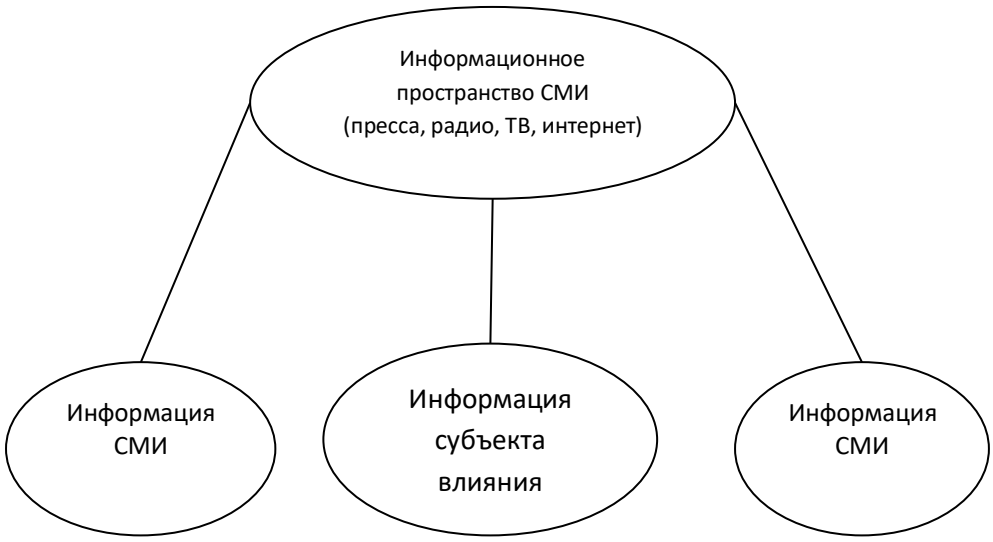


*Рис. 3.3.1.* Схема информационного пространства СМИ

Информационное пространство СМИ, в свою очередь, является частью пространства социальных коммуникаций. Если потребитель информации (ре)конструирует дискурс знакового текста как автономный субъект, то дискурс социального текста потребитель (ре)конструирует уже как участник коммуникации. Пространство социальных коммуникаций субъекта развертывается в нескольких измерениях, отличающихся ролью потребителя информации (рис. 3.3.2). В пространстве межличностных коммуникаций в ходе

непосредственного взаимодействия потребитель реконструирует информацию собеседника как мнение автономного субъекта. В информационном пространстве СМИ потребитель сталкивается с информацией группового субъекта, если способен реконструировать автора информации как представителя группового субъекта. В пространстве институциональных коммуникаций потребитель информации в рамках функционирующих социальных институтов контактирует с другими субъектами, которые транслируют информацию как представители социума, воспроизводящие социетальный дискурс.

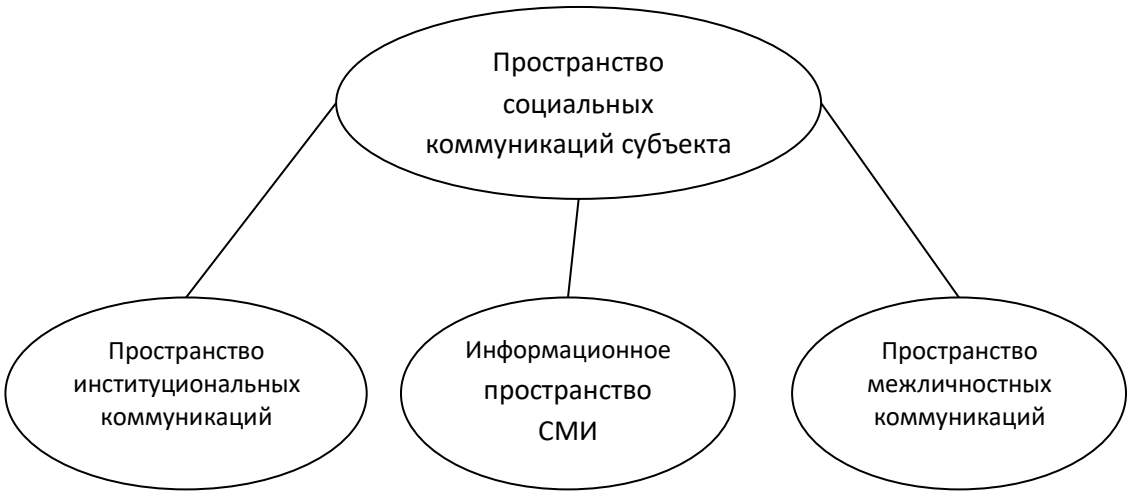


*Рис. 3.3.2.* Схема пространства социальных коммуникаций субъекта

Дискурс субъекта конструируется тремя способами: в ходе жизнедеятельности субъекта, в коммуникациях с представителями других дискурсов, в процессе аутокоммуникации (рис. 3.3.3). Соответственно, пространство социальных коммуникаций является одним из измерений функционирования субъекта в мире. В ходе жизнедеятельности субъект, конструируя дискурс, осуществляет рефлексивный выход и, находясь в позиции внешнего наблюдателя, усваивает целостную синкретическую картину мира. Являясь участником коммуникации, субъект сталкивается с несколькими дискурсами, совмещая их в системную целостность (если способен стать на позицию другого субъекта и смоделировать его дискурс). В процессе аутокоммуникации субъект представляет свои возможные роли в предполагаемом

будущем, выступая в роли творца дискурса. Наличие у субъекта трех позиций (внешний наблюдатель, внутренний участник, творец) позволяет ему конструировать синергетическую организацию дискурса.

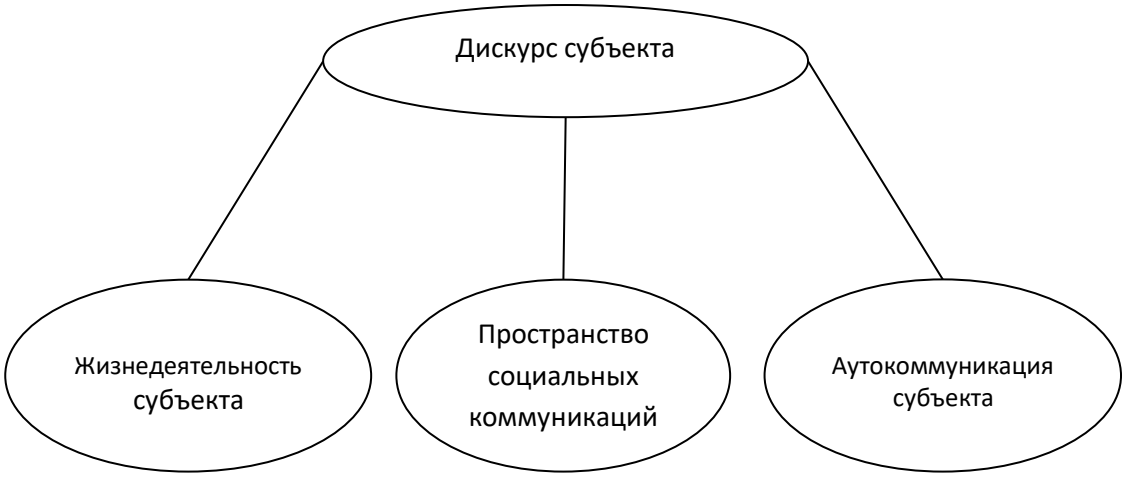


*Рис. 3.3.3.* Схема конструирования дискурса субъекта

Знаковый текст информации субъекта влияния, попадающий в информационное пространство потребителя информации, является частью пространства его социальных коммуникаций, в рамках которого осуществляется конструирование дискурса потребителя информации (рис. 3.3.4). Продвижение дискурса субъекта влияния, то есть успешность информационного влияния, будет определяться не только присвоением потребителем фрагментов дискурса, содержащихся в информации, но и переформатированием организации его дискурса в целом в соответствии с организацией транслируемого дискурса. Для достижения этой цели необходимо подвергнуть сомнению качество дискурса, имеющегося у потребителя, и предложить ему образец привлекательного дискурса. Качество предлагаемого дискурса должно подтверждаться в ходе жизнедеятельности потребителя информации, в коммуникациях с другими субъектами общества, в процессе аутокоммуникации, основываясь на рефлексивном потенциале потребителя и сформированных критериях качества дискурса.

Схема продвижения дискурса субъекта влияния выглядит следующим образом. Пространство жизнедеятельности потребителя информации начинает

организовываться в соответствии с транслируемым дискурсом. Потребитель помещается в управляемое информационное пространство, в котором будет присутствовать информация, содержащая дискурс субъекта влияния. В пространстве социальных коммуникаций появляются субъекты – сторонники дискурса субъекта влияния. Предлагаемый дискурс внедряется в организацию социетального дискурса, который усваивают индивидуальные субъекты в ходе социализации.

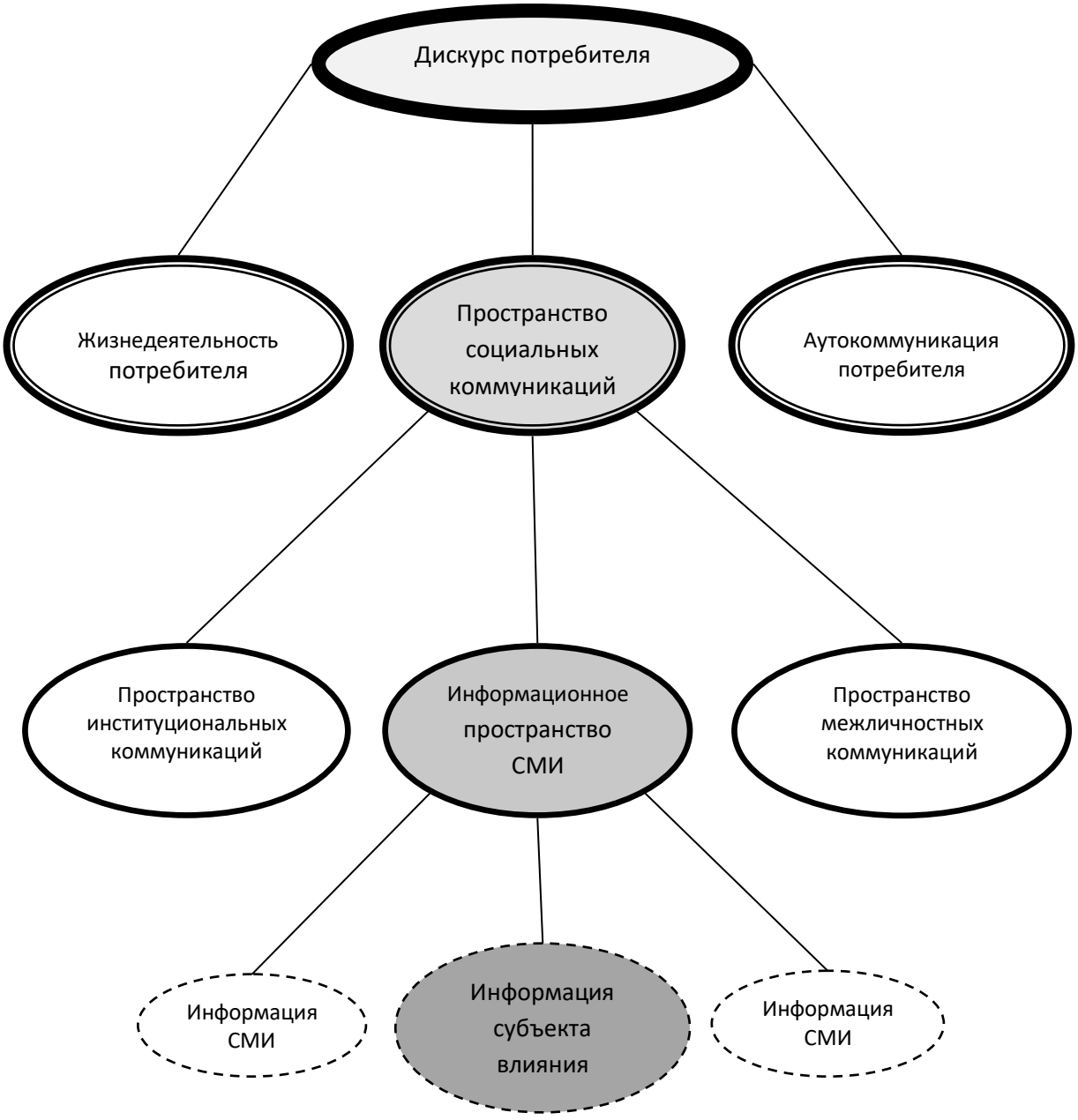


*Рис. 3.3.4.* Схема роли поступающей информации в дискурсе потребителя

Привлекательность продвигаемого дискурса основана на представлениях о том, что в рамках его осуществления становится возможной успешная самореализация субъектов общества в различных жизненных измерениях. Это предполагает качество ментального инструмента субъекта. В пространстве жизнедеятельности его применение должно обеспечивать приемлемые стандарты жизни субъекта по сравнению с носителями других дискурсов. В пространстве социальных коммуникаций дискурс должен предоставлять возможность коммуникации с другими субъектами, понимания их целей и конструирования совместного дискурса. В пространстве аутокоммуникации субъект оценивает свой дискурс как инструмент, позволяющий ему достигать поставленных жизненных целей.

Использование синергетического подхода, предложенного для анализа информационного влияния, позволило сконструировать схему продвижения дискурса, объясняющую возможности осуществления этого влияния. Подобие организации информации и дискурса позволяет потребителю на основе транслируемой информации реконструировать фрагмент дискурса, заложенный в ней, и использовать его для совершенствования собственного дискурса. Информационное влияние осуществляется в ходе коммуникации субъектов, которая может рассматриваться как часть процесса (ре)конструирования социетального дискурса. Влияние отдельных информационных сообщений осуществляется в рамках влияния информационного пространства, являющегося частью пространства социальных коммуникаций, которое вносит свой вклад в процессы конструирования дискурса потребителя. Информация как фрагмент дискурса автора информации, в свою очередь, является частью социетального дискурса. В связи с этим продвижение дискурса субъекта информационного влияния может приводить к изменению дискурса как индивидуальных субъектов, так и общества в целом.

Дискурс как замысел текста жизнедеятельности задается субъектом, пространством его функционирования, временем конструирования. Дискурс индивидуального субъекта развертывается на основе уже имеющихся

представлений. В конкретной ситуации субъект, исходя из актуальных задач, ограничивается выбранной ролью, соответствующим ей фрагментом картины мира и планами на будущее, то есть (ре)конструирует локальный дискурс в дискурсе жизнедеятельности. Основная сложность заключается в преодолении ситуации неопределенности, когда субъект в условиях сформированной множественной идентичности выбирает роль в рамках доопределяемого контекста ситуации коммуникации, исходя из временного горизонта решения жизненных задач.

«Присутствие» субъекта в дискурсе подразумевает возможность коммуникации (и дискурсивного взаимодействия). Это, в свою очередь, предполагает возможности развития (сложности организации) дискурса, понимания другого субъекта и конструирования совместного дискурса, когда образуется групповой (сложноорганизованный) субъект. Парадигмы коммуникации, которых придерживаются субъекты, обусловливают вероятность построения общего дискурса и его конструктивные особенности.

Если нет желания и/или возможности понять дискурс другого субъекта, то совместный дискурс не образуется, общее понимание не достигается. В рамках субъект-объектной парадигмы коммуникации автором совместного дискурса является один субъект, который самостоятельно осуществляет его построение, другой участник рассматривается как пассивный объект. Совместный дискурс представляет собой дискурс доминирующего субъекта, который может включать фрагменты дискурса другого участника.

Если участники коммуникации придерживаются субъект-субъектной парадигмы коммуникации, то при построении совместного дискурса каждый из участников может вносить свой вклад. В этом дискурсе воссоздается общее понимание, конструируется общая модель действительности, в некоторой степени преодолевая субъективизм и неполноту отдельных дискурсов. Согласование дискурсов субъектов позволяет перейти к конструированию совместного дискурса, который будет принят каждым индивидуальным субъектом и может иметь различную форму организации: быть аддитивной суммой или системой

(или сочетать эти формы в различных соотношениях). Главная особенность его организации состоит в том, что в ней в имплицитной форме заложены существующие в группе социальные взаимоотношения, когда учитывается «социальный вес» каждого индивидуального субъекта, определяющий то, в какой мере его дискурс входит в состав совместного дискурса.

Использование синергетической парадигмы коммуникации предполагает, что автором совместного дискурса могут быть все субъекты коммуникации, которые конструируют совместный текст (можно вспомнить притчу про царя Соломона с его известным выражением «И ты прав!»). Коллективный автор возникает в процессе коммуникаций групповых субъектов, в состав которых входят индивидуальные субъекты. В этом случае участие в создании совместного дискурса обусловлено не только социальным статусом участников коммуникации, но и качеством их дискурсов. Допускается возможность множества интерпретаций социальной реальности и подразумевается их неполнота. Совместный дискурс включает в себя дискурсы субъектов как составные элементы, локализованные во времени, пространстве и по уровню своей зрелости.

Артикулированная информация используется не только с целью демонстрации своего дискурса, но и для осуществления ряда конвенциональных действий, предполагающих возможность взаимодействия субъектов с отличающимися дискурсами. Интерсубъективные отношения не всегда поддаются локализации в семантике языка текста, но проявляются в прагматике дискурсивных практик, когда социальные отношения непрерывно создаются субъектами в дискурсивном пространстве [Джерджен, 2003]. Дискурс, содержащийся в тексте, получает значение в ходе согласования действий субъектов. Тем самым в ходе дискурсивных практик создается потенциальная возможность доопределения дискурса потребителя информации, когда потребитель может присваивать отдельные конструкты транслируемого дискурса. Это присвоение может происходить в различных формах: реорганизации набора элементов, преобразования структуры, трансформации замысла текста дискурса.

Реконструкция фрагмента транслируемого дискурса основана на восприятии семантических единиц текста, составляющих тезаурус текста. Эти единицы приобретают значение в контексте (на основе правил организации речевой деятельности), выражая замысел автора. Под тезаурусом будем понимать множество смысловыражающих элементов (слов, словосочетаний и т.п.) некоторого языка с заданными смысловыми отношениями [Шрейдер, 1972]. Через тезаурус отражается система знаний о мире, деление его на те или иные сферы, возможность понимания и коммуникации.

Использование тезауруса как средства построения дискурса позволяет опосредованно конституировать социальный контекст, в котором протекает коммуникация, и воссоздать социальные отношения коммуникаторов. Все существенные сдвиги общественно-политических формаций сопровождались рождением своего нового языка («новояза») – созданием неологизмов, заменой традиционных слов и понятий [Оруэлл, 2009]. В ходе осмысления нового понимания совершается рефлексивная процедура смены используемого тезауруса, которая запускает механизм переформатирования используемой концептуальной модели социального устройства [Никитин …].

Выбирая семантические единицы текста, автор может варьировать сложностью их организации, порождающих смысловые нюансы. Эта сложность обусловлена потенциалом субъекта, способного овладеть множеством оттенков значений этих единиц. Понимание текста обусловлено способом установления взаимосвязей между его конструктивными элементами (определение этих элементов, в каком-то плане, отдельный процесс). Структурный элемент текста – знак – приобретает смысл в контексте, когда в совокупности с другими знаками он составляет единицу смысла, носителем которого обычно рассматривается слово, а может и словосочетание, и синтагма, и целое предложение, и абзац, и весь текст [Бахтин, 1979; Лотман, 2000; Энциклопедия эпистемологии …, 2009]. Сложность конструкции текста и создает множество потенциальных смыслов и способов понимания, когда существуют различные прочтения текста в зависимости от членения на элементы, помещения их в различный контекст,

приписывания им различных значений. Создается возможность различными средствами закладывать в текст желательный способ его прочтения (и интерпретации), когда, например, выбор синтаксических конструкций может определяться идеологической позицией адресанта [Булыгина, Шмелев, 1997].

В зависимости от поставленных целей автор, варьируя языком описания (тезаурусом) и контекстом, им задаваемым, может достигать множества интерпретаций одного факта. Способы понимания предопределены уже готовой структурой знаний, заложенной в используемом тезаурусе, то есть языковая семантика служит средством контроля над мышлением и способствует утверждению дискурса автора текста [Булыгина, Шмелев, 1997; Цивьян, 2006]. С точки зрения социального конструкционизма, слова, употребляемые в рамках дискурса, имеют смысл в контексте сложившихся отношений, которые они воспроизводят [Джерджен, 2003]. Субъект, идентифицирующий себя с представителем некоей организации, воссоздает в сознании модель и этой организации, и существующего социального устройства. Использование различных понятий позволяет определить позиционирование автора текста, поскольку выбор конкретного слова предопределяет дальнейшие действия с этим объектом: награждаем «разведчика» – расстреливаем «шпиона», помогаем «борцам за свободу» – воюем с «террористами» [Почепцов, 2001б]. Реконструкция смысла текста позволяет идентифицировать автора текста, его позицию в семантическом пространстве. Смыслообразование как установление взаимосвязей между отдельными элементами текста служит проявлением дискурса субъекта, позволяющим распознать автора и установить его позицию.

Артикулированная информация является частью коммуникации субъектов, частью социального текста со своим метадискурсом (подразумеваемым способом конструирования совместного дискурса). В ряде случаев форма и логика подачи содержания, формат коммуникации оказываются важнее самого содержания информации [Почепцов, 2001в]. Цели автора, заложенные в артикулированной информации, проявляются в метадискурсе коммуникации, который реконструируется на основе анализа предлагаемых дискурсивных практик.

Информация представляет собой артикулированный фрагмент дискурса субъекта, что позволяет реконструировать дискурс на основе анализа информации. В информации дискурс находит свое выражение в знаковом тексте, в имплицитной позиции автора, в предлагаемом метадискурсе коммуникации (готовности конструировать совместный дискурс). Как представитель социума, потребитель информации (ре)конструирует фрагмент модели жизнедеятельности общества, изображенный в информации; автора (и его позицию в социальном пространстве); организацию социетального дискурса.

Семантическое пространство, сконструированное на основе содержания прочитанного текста, предполагает наличие субъекта, смысловые вариации позволяют идентифицировать автора и установить его позицию. Предписываемые автору интенции дают возможность определить метадискурс коммуникации и реконструировать цели коммуникации. Следует учитывать, что дискурс одного участника коммуникации реконструируется сквозь призму дискурса другого. Неявно подразумевается, что потребитель обладает соответствующим потенциалом (сложноорганизованным дискурсом), позволяющим ему распознавать знаки текста, понимать смыслы и реконструировать цели автора. Вместе с тем можно распознавать знаки текста, конструировать на их основе семантическое пространство, реконструируя смыслы текста, но не идентифицировать автора информации и его цели. Это прерогатива социально зрелого субъекта, способного различать позиции (и интересы) многих социальных субъектов, имеющего опыт долгосрочного целеполагания и умеющего предвидеть отдаленные цели других субъектов.

Продвижение дискурса групповых субъектов общества связано с предложением ими социальных проектов, обеспечивающих устойчивое развитие общества, с точки зрения интересов участников этих групп. Это продвижение заключается: в распространении дискурса в информационном пространстве путем создания и трансляции информационного контента; в конструировании социального пространства, в котором востребованы носители этого дискурса, что ведет к увеличению их количества и их «веса» в социальных структурах; в

управлении процессами конструирования социетального дискурса. Это позволяет увеличить значимость дискурса группы в организации социетального дискурса (от фрагментарного до структурного и концептуального), что дает возможность устраивать жизнедеятельность общества в соответствии с предлагаемым дискурсом. Низкое качество продвигаемого социального проекта, результаты которого не устроят представителей других групповых субъектов, может уменьшить представленность дискурса этой группы в социетальном дискурсе.

Воспроизводство обществом своего предназначения (и его коррекции) в изменяющихся исторических условиях может быть рассмотрено как продвижение социетального дискурса, в том числе и путем информационного влияния. В этом случае участником коммуникации является все общество, а не только ситуативные потребители информации, и цель информационного влияния состоит в конструировании социетального дискурса, а не только в усвоении участниками коммуникации транслируемого дискурса. Продвижение социетального дискурса обеспечивается организацией жизнедеятельности социума в соответствии с дискурсом, (само)организацией социальных структур, транслирующих дискурс, программированием дискурса, обеспечивающим его качество. Борьба за умы субъектов общества сводится к попыткам поменять имеющееся видение мира, предложив свой способ моделирования мира, возможных соавторов социетального дискурса и формат их коммуникации. Различное понимание мира ведет к разным формам и стратегиям социальных коммуникаций, меняющих общество в соответствии с дискурсами их носителей. Синергетическая парадигма коммуникации подразумевает преемственность организации социетального дискурса, когда общество воспроизводит себя во времени, являясь частью исторического коллективного субъекта.

В изменяющемся мире дискурс годится для определенных исторических условий, с изменением которых его прогностическая точность падает. Синергетический ракурс анализа позволяет рассматривать информационное влияние как продвижение дискурса субъекта влияния, когда фрагменты этого дискурса становятся частью дискурса потребителя информации, частью

пространства социальных коммуникаций, частью социетального дискурса. Учитывая субъективность, неполноту и релятивистскую природу любого дискурса, можно утверждать, что его возможности всегда ограничены, то есть существуют предпосылки несовершенства дискурса, которые предприимчивый субъект информационного влияния может использовать в своих целях. Основным залогом успешности информационного влияния будет сформированная у потребителя информации неуверенность в качестве собственного дискурса, умаление его достоинств и некритическое восприятие дискурса другого субъекта.

## Выводы к третьей главе

Приведены основные положения синергетической концепции информационного влияния. Даны определения основных используемых понятий: информации, дискурса, информационного влияния; задана схема продвижения дискурса субъекта влияния в процессе коммуникации.

Дискурс определен как (ре)конструируемый субъектом замысел текста жизнедеятельности, включающий набор жизненных целей и программ деятельности по их достижению в предполагаемой ситуации. Дискурс организован по принципу «текст в тексте» (текст жизненного проекта субъекта в тексте жизнедеятельности), что позволяет конструировать сложноорганизованные модели. В конкретной ситуации дискурс доопределяется, когда ситуативные цели субъекта могут привести к коррекции его жизненных целей, в соответствии с которыми выстраивалась ситуативная деятельность.

Показано, что дискурс индивидуального субъекта является частью социетального дискурса, в то же время дискурс индивидуального субъекта содержит социетальный дискурс (его модель) в качестве своей составной части. Это обусловливает взаимовлияние общества и его субъектов.

Информация рассмотрена как фрагмент дискурса субъекта влияния и представляет собой знаковый текст, содержащий смыслы, заложенные автором в

соответствии с его целями. Поступление информации предоставляет возможность коррекции содержания дискурса, что может вести к изменению его организации.

Информационное влияние проанализировано не только как влияние информации, но и как часть социальной коммуникации, целью которой является продвижение дискурса субъекта влияния, в котором намечены цели его жизнедеятельности. Совместное влияние информации, социального контекста ситуации коммуникации и инструмента коммуникации приводит к активизации процессов самоорганизации потребителя информации, группового субъекта коммуникации, общества в целом как результата информационного влияния.

Предложена следующая схема продвижения дискурса субъекта влияния в процессе коммуникации. Привлекательность информации приводит к тому, что фрагменты дискурса субъекта влияния становятся частью дискурса потребителя информации. Это позволяет увеличить значимость дискурса субъекта влияния в организации социетального дискурса, что, в свою очередь, предоставляет возможность обустраивать жизнедеятельность общества в соответствии с целями субъекта влияния.

# ГЛАВА 4
# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ

*Задано понимание понятия механизм. Приведены синергетические модели психологических механизмов восприятия информации и социально-психологических механизмов информационного влияния.*

## 4.1. Тринитарное понимание понятия «механизм»

Обычно наибольшую сложность представляет определение простейших базовых понятий, которые вроде бы и так самоочевидны. Но именно в особенностях их понимания и заложены логика и стиль дальнейших теоретических рассуждений. В самом общем понимании механизм – это преобразование одного вида энергии в другой, который заключается в передаче энергии от одного субъекта к другому в пространстве и во времени [Большой энциклопедический …, 2005]. Обычно под механизмом понимается устройство или, в более сложном случае, система звеньев, частей, выполняющих конкретную функцию преобразования [Большой энциклопедический …, 2005]. Существует еще и переносное значение, когда под механизмом понимается система или устройство, определяющие порядок какого-нибудь вида деятельности [Ожегов, 1988]. В общем случае можно выделить три вида значений слова «механизм»: совокупность состояний и процессов, из которых складывается какое-либо явление; устройство машины, прибора, приводящее их в действие; система, определяющая порядок вида деятельности или процесса [Ефремова, 2005].

В соответствии с существующими подходами и синергетической методологией механизм будет рассматриваться как материализованная идея, как общая *концепция* преобразования одного вида энергии в другой, подразумевающая возможность применения различных *структурных механизмов* («система систем»), состоящих из множества *механизмов* более низкого уровня, в зависимости от имеющихся ресурсов, контекста ситуации и поставленных задач. Аналогичный подход использует В. А. Мазилов, рассматривая применение

(теоретического) метода как механизм. Он утверждает, что в психологии существует универсальная схема, применение которой позволяет выделить три уровня методов: операционный, уровень «структуры» или «процесса», уровень общих принципов или «идей». На разных уровнях метод проявляется по-иному, и подобного рода проблемы возникают по отношению едва ли не к каждому психологическому понятию [Мазилов, 2003].

Различение воздействий, внешних по отношению к субъекту, и механизмов как внутренних психических процессов, запускаемых этими воздействиями, удобно как для исследовательских целей, так и для прикладных задач. Всякая психологическая модель неизбежно обращается к внутрипсихическим процессам, поэтому в понятии «психологические механизмы» сливаются научное представление о внутрипсихических процессах, лежащих в основе управления деятельностью субъекта, и их образно-метафорическое описание (ведущее начало от родового «механизма») [Доценко, 1997]. Условность такого разделения очевидна ввиду феноменологического единства содержательного и динамического аспектов регуляции деятельности и их взаимодополнительности [Вилюнас, 1990]. Четкое определение упомянутых аспектов невозможно, так как речь идет лишь о гносеологических абстракциях, не имеющих конкретных признаков различения и неотрывных друг от друга в онтологическом проявлении. Один и тот же феномен может быть охарактеризован и как процесс, и как механизм в зависимости от контекста обсуждения. Психологический механизм рассматривается как процесс, в результате которого и происходит выполнение назначенной функции [Вилюнас, 1990].

В.С. Агеев, фактически отождествляя понятия «процесс» и «механизм», делает акцент на элементарном характере последнего, позволяющем объяснить функционирование и развитие чего-либо сложного через нечто более простое. По его словам, «идея механизма, то есть некоторого более элементарного уровня анализа, к которому несводима специфика более высокого уровня, но который способен выполнить здесь функцию средства, всегда была заманчива для психологического исследования» [Агеев, 1990: 211].

Психологический процесс, как правило, является следствием взаимодействия некоторых структурных образований, его динамика предполагает механизмы осуществления, которые наполняются тем или иным предметным содержанием, но к нему несводимы. Понятие «психологический механизм» позволяет ограничить, выделить рамки процесса и используется, прежде всего, как указание на нечто сложное, в рамках которого объединены элементы с присущими им особенностями функционирования. В этой связи наиболее показательным является определение Л.И. Анциферовой, понимающей психологические механизмы как «закрепившиеся в психологической организации личности функциональные способы ее преобразования, в результате чего появляются различные новообразования, повышается или понижается уровень организованности личностной системы, меняется режим ее функционирования» [Анцыферова, 1981: 8]. А.А. Налчаджян предлагает рассматривать проявление особенностей организации личности в конкретной деятельности, утверждая, что «под психическим механизмом следует понимать структуру определенным образом связанных психических действий, осуществление которых приводит к специфическому результату. Это более или менее устойчивая схема психических действий» [Налчаджян, 1988: 109].

Общим для всех приведенных интерпретаций понятия «психологический механизм» является его связь с личностным развитием. М.С. Яницкий определяет психологический механизм как компонент процесса развития, «представляющий собой систему средств и условий, обеспечивающих это развитие» [Яницкий, 2000: 60]. Человек не рождается со сформированными психологическими механизмами, их развитие осуществляется в ходе онтогенеза человека, и сложные механизмы, регулирующие взаимодействия людей, конструируются из более элементарных на основе их базового универсального набора. С этой точки зрения, все то, что традиционно исследует общая психология, – память, внимание, воображение и т.п. – это «сервомеханизмы», служащие материалом для создания более сложных механизмов [Брушлинский, Шихирев, 1998: 11].

В качестве примера психологических механизмов рассмотрим воображение, которое А.Г. Маклаков определяет как «процесс преобразования представлений, отражающих реальную действительность, и создание на этой основе новых представлений» [Маклаков, 2008: 285]. Как указано далее, воображение в качестве психического процесса, в свою очередь, может быть представлено в виде составляющих его процессов, то есть своеобразных механизмов более низкого уровня (процессов воображения). Процесс создания образов воображения из впечатлений, полученных человеком от реальной действительности, может протекать в различных формах. Первый этап формирования образов воображения характеризуется анализом полученных от реальности впечатлений или сформированных в результате предшествующего опыта представлений. В ходе такого анализа происходит абстрагирование объекта, т. е. он представляется нам изолированным от других объектов, при этом также происходит абстрагирование частей объекта. На втором этапе с этими образами далее могут осуществляться преобразования двух основных типов. Во-первых, эти образы могут быть поставлены в новые сочетания и связи. Во-вторых, этим образам может быть придан совершенно новый смысл. В любом случае с абстрагированными образами производятся операции, которые могут быть охарактеризованы как синтез. Эти операции, составляющие суть синтезирующей деятельности воображения, являются третьим этапом формирования образов воображения. Причем формы, в которых осуществляется синтезирующая деятельность воображения, крайне многообразны. Одной из форм синтеза в процессе воображения является агглютинация, т. е. создание нового образа путем присоединения в воображении частей или свойств одного объекта другому или с помощью включения уже известных образов в новый контекст. Процессы, лежащие в основе агглютинации, также весьма разнообразны: увеличение или уменьшение объекта или его частей, обобщение существенных признаков и др. [Маклаков, 2008]. Многообразие и сложность процессов, составляющих механизмы воображения, приводит к наличию индивидуальных особенностей

проявления воображения, когда люди различаются по степени развития воображения и по типу образов, которыми они оперируют чаще всего.

Психологический механизм подразумевает преобразование психологической структуры управления жизнедеятельностью субъекта, то есть конструктов психической организации субъекта. Обобщая рассмотрение понятия «психологический механизм», отметим тринитарную природу его использования. Априори предполагается наличие общего принципа реализации психического процесса [Вилюнас, 1990; Татенко, 2003] или стратегии способа изменения состояния структуры [Психологическая энциклопедия, 2006]. Как указывает В. К. Вилюнас, фрейдовское вытеснение – прежде всего процессуальный феномен, однако вполне правомерно предположение о существовании специального осуществляющего его механизма, не зависящего от того, что именно подвергается вытеснению [Вилюнас, 1990]. Независимо от уровня анализа, психологический механизм может включать в себя другие механизмы, обусловленные личностным развитием, и сам, в свою очередь, может быть частью более сложно организованной структуры, то есть он анализируется как «механизм механизмов». И в-третьих, на элементарном уровне в качестве структурных единиц могут субъективно отбираться различные «сервомеханизмы». Это приводит к тому, что на современном уровне знаний о психологических механизмах при конкретизации их отдельных структурных единиц неизбежен элемент произвольности. Любые психические процессы, субъективно выделенные исследователем, могут трактоваться как психологические механизмы, поэтому и наблюдается такая множественность их выделения [Челдышова, 2009]. К тому же, разные авторы дают психологическим механизмам различную интерпретацию, рассматривая их автономные, структурные или концептуальные аспекты функционирования. В зависимости от характера стоящих перед исследователем задач тот или иной аспект изучения явления выступает на первый план. Понятно, что абсолютное противопоставление выделяемых аспектов невозможно и что речь может идти лишь о том, которому из них при анализе отдается преимущественное внимание.

Психологические механизмы, лежащие в основе регуляции жизнедеятельности субъекта в мире, являются одной из целей осуществления воздействия на него, будучи частью процессов управления поведением другого человека. Понятие «психологический механизм» помогает объяснять особенности коррекции психологической структуры, осуществляемые индивидуумом. Рассмотрение его функционирования в более широком социальном контексте и/или в некоем временном промежутке приводит к расширенному толкованию понятия «психологический механизм». Этот механизм может включать в себя совокупность условий, факторов, закономерностей взаимодействия человека с окружающей действительностью, которые влияют на его функционирование в мире. В связи с этим возникает вопрос о различении психологических и социально-психологических механизмов.

Существует кардинальная точка зрения, в основе которой лежит утверждение (вполне обоснованное), что любой человеческий индивид не менее социален, чем группа или коллектив, таким образом, и он, и его психика «изначально и всегда социальны» [Брушлинский, 1994: 19]. К тому же, управление поведением индивидуального субъекта, основанное на прогнозировании и планировании результатов, предполагает использование различных методов и средств социальных технологий. Социально-психологические механизмы влияния включают все средства воздействия – подражание, заражение, внушение, убеждение, подкрепление и др., подразумевая в том числе и психологические механизмы. Как отмечает В. К. Вилюнас, без обращения к предметной сущности внимание, память, воображение, вытеснение и др. можно назвать психологическими механизмами, но их применение в конкретной ситуации всегда социально обусловлено, поэтому вполне правомочно будет считать и их социально-психологическими механизмами [Вилюнас, 1990]. И. Р. Сушков придерживается аналогичной позиции: «все психологические отношения, регулирующие … взаимодействия человека, преобразуются в процессе его социализации в социально-психологические» [Сушков, 2008: 112].

Под психологическими механизмами будем понимать способы преобразования ментальных структур субъекта, их коррекцию, когда субъект анализируется как закрытая система. Как только мы переходим к анализу субъекта как открытой системы в условиях взаимодействия со средой, то психологические механизмы теряют статус автономных процессов и становятся частью социально-психологических механизмов. Коммуникация предполагает взаимодействующих субъектов и по своей природе является социально-психологической [Луман, 2004], следовательно, и информационное влияние, являющееся частью коммуникации, и его механизмы имеют ту же природу. Учитывая, что общество воспроизводится дискурсивными практиками составляющих его субъектов, коммуникация индивидуальных субъектов в широком социальном контексте может быть рассмотрена как коммуникация представителей коллективных субъектов. Когда же в качестве объектов социальной психологии выделяются сообщества людей, то присущие им особые психологические факты, закономерности и механизмы являются социально-психологическими по определению [Челдышова, 2009; Основи…, 2008; Слюсаревський, 2008].

Психологические механизмы могут быть рассмотрены как деятельность субъекта по преобразованию его ментальных структур. Организация механизмов подобна организации текста: выделяются цель деятельности, структура деятельности, включающая механизмы более низкого уровня, в основе которых лежат наборы элементарных психических действий. Если преобразования ментальных структур происходят в ходе аутокоммуникации субъекта, можно говорить о собственно психологических механизмах. Дополнение ментальных структур субъекта фрагментами структур других субъектов в ходе взаимодействия с миром позволяет говорить о социально-психологических механизмах.

Развитость рефлексивных возможностей субъекта позволяет ему осуществлять планирование, оперативное управление и коррекцию процесса преобразования ментальных структур, которые являются деятельностью над

деятельностью. Эти процессы могут быть самостоятельными видами деятельности, осуществляемыми в ходе взаимодействия с миром. В случае зрелости субъекта часть психологических механизмов функционирует в свернутом виде (автоматизированном), освобождая ресурсы субъекта для конструирования более сложных ментальных структур.

### 4.2. Психологические механизмы восприятия информации

Процесс реконструкции дискурса, заложенного в информации, начинается с ее восприятия. Информацию можно рассматривать как потенциальную субъект-субъектную коммуникацию, хотя наглядно присутствует только одностороннее взаимодействие «субъект – информация (объект)». Выход за пределы типичного для психологии дуализма S-O (субъект–объект) позволит кроме изучения «психического через психическое» использовать в исследовании анализ социального контекста ситуации коммуникации [Андреева, 2009; Касавин, 2013]. Для анализа восприятия информации расширим рамки этого процесса «за пределы непосредственной информации» [Брунер, 1977] и рассмотрим его в более широком контексте, не только как узко понимаемый процесс прочтения изолированного текста, а как часть социального взаимодействия потребителя и автора информации, что обеспечивает качество модели психического [Доценко, 1997].

В связи с тем, что в современных науках о познании «начинают преобладать не теории, а методы и подходы» [Касавин, 2013: 196], для изучения механизмов восприятия применим тринитарный подход. Восприятие информации будем рассматривать как взаимодействие потребителя со знаковым текстом, как коммуникацию с автором информации, как рефлексию значимости информации для жизнедеятельности потребителя [Плющ, 2016d].

В психологии термином «восприятие» обозначается субъективный образ предмета, явления или процесса, непосредственно воздействующего на анализатор или систему анализаторов, а также процесс формирования этого

образа [Большой психологический …, 2003]. Восприятие есть непосредственное отражение предмета (явления, процесса) в его объективной целостности, которое сопровождается или опосредуется понятийным аппаратом, то есть обозначается словом, названием того, что человек воспринимает. При социально-психологическом употреблении терминов «восприятие» и «перцепция» обычно предполагается именно этот второй, результирующий аспект, зафиксированный в индивидуальном образе значимого социального объекта [Андреева, 2007].

Разнообразие работ, в центре внимания которых находятся проблемы восприятия, так же огромно, как и различия в описании механизмов, составляющих этот процесс [Барабанщиков, 2002; Брунер, 1977; Дейк, 1989; Дридзе, 1996; Зимняя, 1976; Лотман, 1996 и т.д.]. В основе нашей имплицитной (пред)теории анализа восприятия информации лежит идущая еще от Аристотеля тринитарная модель коммуникации: автор – текст – читатель [Аристотель, 2000]. В соответствии с предложенным пониманием можно выделить три основных подхода изучения процессов восприятия информации, которые мы обозначим как информационный, герменевтический, экзистенциальный.

В рамках информационного подхода восприятие рассматривается как процесс взаимодействия субъекта с внешним миром, с информацией (текстом). Информация понимается как «видимый» ограниченный текст, представляющий некий образ фрагмента мира, который потребитель должен реконструировать. Другими словами, «проблема восприятия должна быть поставлена и разрабатываться как проблема психологии образа мира» [Леонтьев, 1983: 251–252], который транслируется посредством текста.

Анализируя процесс восприятия субъектом информации, необходимо первоначально понимать контекст ситуации восприятия, обусловливающий особенности протекания этого процесса. Эксплицируя роль автора, приходим к герменевтическому подходу, когда восприятие информации означает процесс коммуникации с автором этой информации, «цементированный коммуникативной интенцией» [Дридзе, 1984]. Восприятие позволяет реконструировать смысловое содержание текста, которое было заложено автором. Вследствие этого понятие

«восприятие» малоприменимо к тексту, где более естественно смотрится «понимание» [Брудный, 1998; Леонтьев, 1997]. Текст (и его смыслы) рассматривается не сам по себе, а как часть коммуникации, где субъекты преследуют свои цели, но интегрированы в общую социальную среду [Гальперин, 2004; Дейк, Кинч, 1988]. При этом «понимание» всегда означает «понимание Другого» [Гадамер, 1988].

Понимание текста – это непременно вторичное понимание, понимание понятого [Зимняя, 1976; Лотман, 1996]. Информация может рассматриваться как «текст в тексте» [Лотман, 1996], как фрагмент аутокоммуникации субъекта, когда процесс восприятия предстает как «событие» в жизнедеятельности субъекта [Барабанщиков, 2002]. При этом восприятие информации носит экзистенциальный характер, оно подчинено поставленной задаче, и это не только операции, совершаемые в голове индивида, но и акты взаимодействия с миром, которые не просто информируют субъекта, а и трансформируют его [Найссер, 1981]. Понимание текста – это и понимание другого субъекта (автора), и понимание себя в связи с открывшимися новыми смыслами. Задача на смысл предполагает определение места того или иного объекта или явления в собственной жизнедеятельности [Леонтьев, 2003]. В рамках экзистенциального подхода процесс восприятия – это процесс принятия интеллектуального решения [Брунер, 1977; Сергиенко, 2006], в ходе которого субъекты с помощью информации порождают самих себя [Матурана, Варела, 2001].

На основании предложенного тринитарного подхода выделены три направления изучения процессов восприятия информации, которые описывают развертывание этих процессов в трех измерениях жизненного мира субъекта [Поппер, 1983; Хабермас, 2003]: физического (информации), социального (субъект-субъектной коммуникации автора и потребителя информации), ментального (рефлексия значимости информации для жизнедеятельности субъекта). Информация представляет собой текст, одновременно являющийся знаковым, социальным, дискурсивным. В этом тексте последовательность знаков выражает заложенные автором смыслы и является инструментом,

способствующим автору достигать запланированных целей. При таком понимании восприятие информации будет означать реконструкцию потребителем фрагмента дискурса автора на основе интерпретации артикулированного текста. Восприятие представляет собой деятельность потребителя информации, состоящую из его действий по реконструкции дискурса автора информации, и эта деятельность может быть рассмотрена как текст. Конечной целью восприятия является принятие решения о внесении изменений в дискурс потребителя информации, позволяющих ему успешно функционировать в сложноорганизованном мире. При этом знаки, смыслы и цели не столько в самой информации, сколько в «голове» у читателя, способного их реконструировать.

Психологический механизм будем рассматривать как «структуру определенным образом связанных психических действий, осуществление которых приводит к специфическому результату» [Налчаджян, 1988], возникающую в процессе самоорганизации субъекта [Хакен, Хакен-Крелль, 2002]. То есть «психологический механизм» также может быть рассмотрен как текст, имеющий тринитарную организацию. Замысел механизма в наиболее обобщенном виде представляет собой общий принцип реализации психических действий [Вилюнас, 1990; Татенко, 2003], обеспечивающий достижение результата. В качестве элементов механизма могут рассматриваться базовые психологические «сервомеханизмы» (психические действия), служащие материалом для создания более сложных механизмов [Брушлинский, Шихирев, 1998]. Практическое отождествление понятий психический «процесс» и психический «механизм» [Агеев, 1990; Вилюнас, 1990] приводит к пониманию психологического механизма как составленной субъектом сложноорганизованной структуры элементарных механизмов, которую можно рассматривать как «механизм механизмов» (структуру действий).

Рассматривая информацию как знаки (текста), смыслы (автора), цели (потребителя), приходим к пониманию существования трех кардинально отличающихся концептуальных механизмов восприятия информации: распознавание знаков, понимание смыслов, антиципация целей (рис. 4.2.1).

Психические действия субъекта (психологические механизмы), с помощью которых осуществляется восприятие информации, развертываются в его различных ментальных измерениях. В физическом измерении информация (текст) представляет собой осмысленную последовательность любых знаков, основными свойствами которой являются связность и цельность [Трофимова, Кузнецова, 2010]. Субъект на основе существующего у него дискурса распознает знаки, которые составляют материальную ткань текста. В социальном измерении восприятие означает переход от знака к значению. Смысл знака меняется в зависимости от контекста, вне которого знак не имеет смысла. В связи с тем, что текст не обладает единым принципом структурности, значение его знаков определяется контекстами, заданными автором [Лотман, 1996]. Восприятие информации означает коммуникацию с автором информации и понимание заложенных им смыслов (путем реконструкции контекстов текста). Как указывает Х. Гадамер, кто хочет понять текст в целом, тот всегда делает предположение. Понимание в первую очередь означает способность поставить себя на место Другого и рассмотреть оттуда себя самого [Гадамер, 1988]. В ментальном измерении понимание информации обеспечивается качеством рефлексивных процессов, позволяющих предвидеть цели ее применения, которые могут изменяться в ходе самого процесса восприятия.

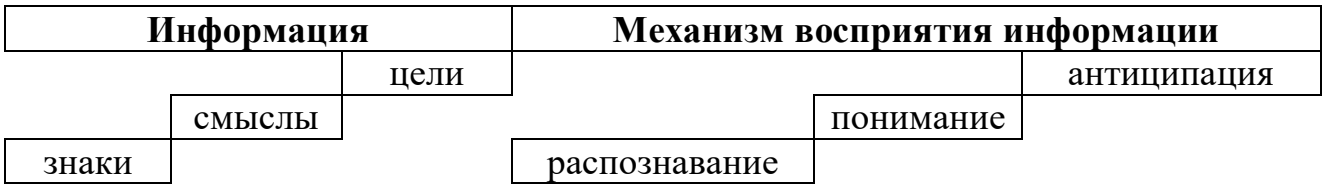


*Рис. 4.2.1.* Схема концептуальных психологических механизмов восприятия информации

Целостный процесс восприятия информации условно был разделен на психические действия (отдельные механизмы), которые не реализуются последовательно, а представлены в едином процессе когнитивного анализа в различных измерениях ментальной организации субъекта. Рассматривая

восприятие информации как сложноорганизованную структуру, каждый из предложенных механизмов, в свою очередь, можно анализировать сквозь призму предложенного способа анализа.

Распознавание знаков на основе существующего знания также рассматривается как триединый процесс распознавания частей, контекста, целого. Самые мелкие структурные элементы знака референтную (обозначающую) функцию выполняют только в контексте более крупных значащих единиц. При этом знаки могут быть различной сложности, например, буквы, слова, текст в целом, который также может выступать в качестве знака. В целом процесс распознавания есть не что иное, как процесс создания образа, который не зависит от сложности этого образа [Хакен, Хакен-Крелль, 2002].

Знак несет информацию, то есть обладает смыслом для воспринимающего его субъекта, только как целостность, а его реконструкция как организованной целостности предполагает приложение дополнительных когнитивных усилий. В работах Е.Ю. Артемьевой было доказано, что при встрече с информацией прежде всего актуализируется ее недифференцированный смысл [Артемьева, 1999]. Процесс распознавания знаков развертывается в процесс их категоризации, который представляет собой необходимый этап познания на переходе от восприятия знаков к их осмыслению, когда происходит отнесение единичного объекта, события, переживания к некоторому классу значений, к определенной категории. В основе обретения смысла лежат три элементарные функции, которые состоят в том, чтобы назвать предметы реального мира (номинация), привести названное в связь друг с другом (предикация), локализовать названное в пространстве и времени (локация) [Степанов, 1985].

Понимание смыслов, заложенных автором в тексте, с процессуальной точки зрения, представляет собой смыслообразование, которое включает в себя а) актуализацию сети понятий текстовых единиц анализа; б) выявление семантических связей (локальной связности) в тексте путем конструирования контекстов; в) реконструкцию целостного семантического пространства, позволяющего осуществить понимание смыслов текста [Потапова, 2005]. Данный

процесс организован циклически на основе дискретизации текста, выявления в нем логической структуры составных частей. Распознавание знаков (единиц) информации обеспечивается когнитивной сложностью дискурса, выражающейся в запасе наборов знаков, обусловленном способами дискретизации коммуникативного потока. Понимание смыслов единиц информации обусловлено выделением части текста, включающим в себя эти единицы, то есть заданием контекста восприятия. Конструирование субъектом взаимосвязей между семантическими единицами предполагает возможность придания смысла этой части текста.

Понимание смыслов текста осуществляется с точки зрения субъекта, занимающего некоторую позицию в сконструированном семантическом пространстве, которое домысливается читателем на основе фрагментов информации [Плющ, 2010а]. Изменение позиции субъекта в этом пространстве ведет к установлению им новых взаимосвязей, что приводит к смысловым оттенкам в понимании текста. Богатство допустимых смыслов информации обусловлено многообразием набора возможных ролей потребителя информации, которое предполагает его социальную компетентность. Реконструкция смысла части текста потребителем информации позволяет идентифицировать позицию автора, а интеграция потребителем частей текста в целостный текст позволяет понять логику конструирования текста автором информации и предположить его цели.

Различия в организации семантических пространств потребителя и реконструируемого им пространства автора позволяют запустить процессы анализа применения автором тех или иных приемов конструирования текста. В результате может стать возможным понимание целей автора (распознавание его дискурса). Как указывает Т.З. Адамьянц, это сложноорганизованный процесс, предполагающий высокий уровень владения коммуникативными навыками [Адамьянц, 2009]. Не каждый потребитель информации способен различить субъекта, вступающего с ним в коммуникацию: может быть прочитан текст, но «не прочитана» позиция автора. Неумение (или нежелание) потребителя

различать в информации позицию и цели автора приводит к тому, что потребитель следует за навязанной логикой автора (вспомним легенду о «крысолове»), трактуя ее как единственно правильную точку зрения, как «объективную» истину, до которой он сам дошел.

Антиципация целей потребителя информации предполагает решение о практической значимости (целесообразности) информации для него. Для этого необходимо выйти за рамки ситуации восприятия информации, поместив ее в более широкий социальный контекст. Задание значения ситуации для потребителя, достаточно часто осуществляемое автоматически, подразумевает определение пределов его функционирования, обусловливающих распознавание социальной роли в конкретной ситуации. Этим обеспечивается понимание смысла задач, стоящих перед потребителем в ситуации восприятия информации. Следующим этапом становится целеполагание, позволяющее субъекту в конкретной ситуации принять решение о практической ценности процесса восприятия в целом и информации в частности. При этом следует учесть, что когда роли и социальный контекст ситуации изначально подразумеваются, цель восприятия информации может задаваться еще до начала самого процесса.

Восприятие информации включает аутокоммуникацию потребителя информации (коммуникацию в коммуникации). Встреча с новым фрагментом дискурса автора запускает оценивание ценности этого фрагмента для потребителя (антиципацию ценности неизвестного нового), которое подразумевает распознавание собственного дискурса и понимание дискурса другого. Использование фрагмента дискурса другого субъекта для обновления собственного (порождение себя) опять же подразумевает антиципацию ценности обновленного дискурса (антиципацию антиципации). Восприятие информации превращается в процесс порождения себя при каждой встрече с новым фрагментом дискурса автора. Это дает возможность рассматривать восприятие информации как процесс самоорганизации потребителя, позволяющий совершенствовать его дискурс.

С точки зрения социального конструктивизма, психологические процессы, включая восприятие информации, коренятся в социальных интеракциях людей, и ценность любого дискурса заключается не только в способности отражать действительность, а и в возможном содействии осуществлению отношений [Джерджен, 2003]. Адекватность восприятия информации в ходе коммуникации, обеспечивающая понимание людьми друг друга, обусловлена схожим алгоритмом интерпретации информации:

- выделением значащих единиц в непрерывном коммуникативном потоке информации;

- обнаружением характера связи между единицами в заданном сегменте текста, позволяющими придать смысл этому фрагменту информации;

- интеграцией различных фрагментов информации в целостную картину, что, в конечном итоге, позволяет реконструировать цели использования информации.

Восприятие информации обусловлено целями потребителя, в соответствии с которыми он управляет развертыванием этого процесса, в ходе которого эти цели могут корректироваться, в том числе и под воздействием промежуточных результатов восприятия информации. Реконструкция дискурса автора обусловлена потенциалом дискурса потребителя и ограничена временными рамками ситуации восприятия. Распознавание конструктивных знаковых элементов, установление их взаимосвязей и интеграция в единое целое позволяют реконструировать семантическое пространство, домыслив его недостающие элементы. В этом пространстве подразумевается имплицитная позиция автора, которая реконструируется на основе понимания смысловых различий в интерпретации информации с потребителем информации, занимающим позицию в этом же пространстве. На основании социального опыта потребителя реконструируются (прогнозируются) замыслы автора информации (адекватная реконструкция предполагает, что сложность организации дискурса потребителя должна соответствовать сложности дискурса автора информации). Рефлексивный анализ коммуникации с автором позволяет сделать предположение о ценности его

дискурса для жизнедеятельности потребителя (достаточно часто это происходит автоматически, до начала восприятия информации, когда автору доверяют и взаимодействие с ним не рефлексируется). Антиципация значимости информации обусловлена прогнозом возможности использования информации потребителем в предвидении его предстоящих ролей в изменяющемся мире, в рамках которых он может использовать полученную информацию (антиципация антиципации).

Первоначально психологические механизмы восприятия информации были заданы нами как психические действия по реконструкции дискурса, выраженного в артикулированном тексте (информации). Поскольку организация дискурса воспроизводит тринитарную организацию жизненного мира субъекта (физического, социального, ментального), для каждого из измерений дискурса был выделен специфический механизм. Эти три механизма действуют совместно, можно сказать, параллельно, это единый процесс в различных измерениях дискурса.

Последующий анализ процесса восприятия информации позволяет заметить, что организация каждого из этих механизмов подобна целостной организации процесса: распознавание элементов опыта, понимание способов их комбинирования в наличной ситуации, антиципация результата их системной интеграции. В каждом из ментальных измерений дискурса происходит нарастание сложности выделенных элементов. Например, знаком могут выступать буквы, слова, текст в целом. Смысл текста составляют смыслы слов, предложений, частей текста. Цели применения информации могут развертываться по мере понимания смысла информации и целей автора информации. Вне зависимости от выделенных составляющих информации в каждом измерении дискурса воспроизводится универсальная модель развития психологического знания: синкрет – дифференциация – синтез (интеграция на основе повышенной сложности) [Гусельцева, 2013], когда можно говорить о последовательном развертывании этих механизмов. Реконструкция сложноорганизованных структур дискурса в каждом из ментальных измерений происходит путем последовательного развертывания механизмов более низкого уровня организации,

то есть каждый из этих механизмов в своем измерении дискурса представляет последовательность процессов (механизм механизмов) (рис. 4.2.2).

Подобие организации целостного процесса восприятия и каждого из его концептуальных механизмов приводит к тому, что эти механизмы оказываются вложенными друг в друга. Так, распознавание знаков включает в себя и распознавание элементов структуры этого знака. Понимание смыслов (автора) предполагает понимание его способов конструирования семантического пространства на основе понимания составляющих его конструкций. Антиципация целей (читателя) подразумевает антиципацию (предвидение) значимости информации в предполагаемой ситуации ее использования. Можно говорить о голографической организации целостного механизма восприятия, когда любой составляющий его механизм несет информацию об организации целого [Аршинов, 1999].

Чтобы задать понимание механизмов восприятия информации, пришлось расширить контекст рассмотрения и выйти за пределы непосредственной ситуации восприятия информации. Восприятие информации потребителем рассматривается как часть коммуникации с автором информации, в ходе которой осуществляется их дискурсивное взаимодействие, подчиненное пониманию потребителем ценности реконструируемого дискурса автора информации. Результатом восприятия информации становится преобразование дискурса потребителя. Это дает ему возможность строить все более сложно организованную модель мира, позволяющую понимать других субъектов и организовывать с ними совместную жизнедеятельность.

С точки зрения содержания, дискурс представляет собой упорядоченную структуру накопленной информации в соответствии с логикой жизнедеятельности (жизненным сценарием) субъекта. Ограниченность ресурсов субъекта предполагает, что в конкретной ситуации восприятия будут задействованы не все структуры дискурса, происходит актуализация его фрагмента, а большая часть

| **Механизм**<br>*Механизмы механизмов* | **Распознавание знака** | **Понимание смысла** | **Антиципация цели** |
|---|---|---|---|
| *Механизмы антиципации цели* | | | **Антиципация** совместного дискурса<br>**Понимание** дискурса Другого<br>**Распознавание** собственного дискурса |
| *Механизмы понимания смысла* | | **Антиципация** смысла целого<br>**Понимание** связей между элементами<br>**Распознавание** смысловых элементов | |
| *Механизмы распознавания знаков* | **Антиципация** целого знака<br>**Понимание** связей<br>**Распознавание** частей знака | | |

*Рис. 4.2.2.* Развернутая схема организации психологических механизмов восприятия информации

структуры будет свернута. К примеру, в зрелом возрасте не приходится прикладывать осознанные усилия к распознаванию букв текста, это происходит в автоматическом режиме. Антиципация цели восприятия информации приводит к тому, что происходят настройка инструмента коммуникации, актуализация фрагментов дискурса читателя, позволяющие осуществлять переработку информации.

Предварительное задание (актуализация) дискурса подразумевает, что информацию субъект анализирует сквозь призму своего дискурса (явление установки), что позволяет экономить ресурсы при восприятии информации – нет необходимости каждый раз восстанавливать дискурс автора поэлементно. Развертывание организации дискурса потребителя в ходе интерпретации информации позволяет реконструировать дискурс автора, который подвергается сравнению с имеющимся дискурсом в ходе имплицитной коммуникации субъектов. Следствием этого может быть дополнение дискурса читателя значимыми структурными элементами дискурса автора, выявленными на основе интерпретации информации. То есть в ходе восприятия дискурс читателя не остается неизменным, что может запускать циклические процессы реконструкции дискурса автора. Отметим троякую роль дискурса читателя при восприятии информации. Дискурс предстает инструментом анализа другого дискурса, пространством взаимодействия имеющегося дискурса потребителя и реконструированного дискурса автора, целью (собственным будущим состоянием дискурса), которая конкретизируется в ходе самого процесса.

В качестве концептуальных психологических механизмов восприятия информации выделяем распознавание, понимание, антиципацию, которые являются базовыми, или порождающими. При встрече с информацией эти механизмы развертываются в каждом из измерений дискурса, обеспечивая определение структурных элементов информации. На основе этих элементов, которые, в свою очередь, являются и конструктивными элементами дискурса потребителя, реконструируется дискурс автора (по подобию организации

дискурса потребителя). Конструктивная сложность организации этого процесса позволяет исследователю субъективно выделять его различные содержательные аспекты, трактуя их как психологические механизмы восприятия информации. В качестве универсальных «сервомеханизмов» восприятия информации выделим такие основополагающие психологические механизмы (процессы), как память, мышление, рефлексия.

Восприятие информации – это реконструкция дискурса автора информации, сравнение с имеющимся дискурсом потребителя и, в случае необходимости, коррекция дискурса последнего. Психологические механизмы восприятия информации определены как структуры психических действий, обеспечивающих осуществление этого процесса. Это ведет к тому, что механизмы восприятия информации будут соответствовать механизмам реконструкции дискурса автора информации и механизмам преобразования дискурса потребителя. Следствием такого понимания будет то, что сложность механизмов восприятия информации обусловлена сложностью организации дискурса потребителя информации: знаки какой сложности он выделяет, семантические пространства какой сложности он конструирует, какие цели ставит перед собой.

Конкретная структурная модель механизмов восприятия может конструироваться исследователем исходя из подразумеваемой им сложности организации дискурса потребителя информации, позволяющего потребителю оперировать заложенными в информации знаками, смыслами, целями различной конструктивной сложности. При этом надо учитывать существующее многообразие определений базовых механизмов, когда один и тот же психический процесс может обозначаться различными терминами, например: антиципация, предвосхищение, прогнозирование, опережение, интерполяция, экстраполяция, апперцепция и др. [Сергиенко, 2006]. У исследователя имеется богатый выбор возможностей для обозначения выделенного им механизма, при этом действия над конструктами различной природы, выполняющие одну

функцию, также могут иметь разное обозначение, что объясняет многообразие выделяемых в научной среде механизмов восприятия информации.

Предложенная модель восприятия информации основывается на тринитарном понимании информации, которая рассматривается как совокупность знаков, порождающих смыслы, выражающие цели автора. Это позволяет говорить о функционировании трех одновременных (параллельных) механизмов восприятия информации: распознавание знаков, понимание смыслов, антиципация целей. Определяя исходные, фундаментальные механизмы, порождающие самостоятельно и/или в комбинации друг с другом все процессы восприятия информации, задаем «правила порождения» этих процессов восприятия. Каждый из концептуальных механизмов при более подробном анализе рассматривается как последовательность механизмов, например, распознавание знаков, как указано выше, включает в себя последовательное распознавание элементов знака, понимание их связей, антиципацию значения целого знака. Учитывая, что знаки, смыслы, цели имеют сложную организацию и восприятие их сложной организации идет от простых элементов к сложным (например, можно рассмотреть такую нарастающую сложность знаков – буква, слово, предложение), то механизмы развертываются как вложенные, когда распознавание слов становится возможным на основании распознавания букв.

Восприятие информации рассмотрено сквозь призму социального взаимодействия потребителя и автора информации. Задаваемый формат социального контекста, в рамках которого изучается процесс восприятия информации, позволяет анализировать этот процесс как реконструкцию дискурса автора информации, как дискурсивное взаимодействие, как коррекцию дискурса потребителя информации. Организация психологических механизмов восприятия информации подобна организации текста. Имеются базовые действия (распознавание, понимание, антиципация), существуют правила оперирования ими (последовательное, параллельное, вложенное соединение этих «элементов») и присутствует потребитель информации, сложность организации дискурса

которого позволяет создавать сложноорганизованные структуры. Потребитель информации выделяет в информации структурные элементы транслируемого дискурса (знаки, смыслы, цели). Как результат, конструируется сложноорганизованный механизм, состоящий из элементарных психологических механизмов, который позволяет потребителю реконструировать фрагменты дискурса, заложенные в информации.

Представленная модель организации механизмов восприятия информации обладает масштабной инвариантностью. В ней заданы элементы модели механизмов восприятия информации и способы их интеграции. Конкретная структурная модель механизмов восприятия развертывается исследователем исходя из предполагаемой сложности организации дискурса потребителя информации, позволяющего потребителю оперировать знаками, смыслами, целями различной конструктивной сложности, заложенными в информации.

## 4.3. Синергетическая модель организации социально-психологических механизмов информационного влияния

### *Понимание целостной организации социально-психологических механизмов информационного влияния*

Процесс информационного влияния рассматривается как распространение информации субъекта влияния в ходе социальных коммуникаций с целью продвижения его дискурса [Плющ, 2010b]. Информационное влияние на потребителя обусловлено форматом развертывания пространств его взаимодействий с информацией: информационного, социального, ментального. В ситуации восприятия информации потребитель информации анализируется в трех проекциях: как автономный субъект, как взаимодействующий с другими субъектами и как часть общества. В синергетическом понимании информационное влияние включает в себя воздействие информации, автора информации, дискурса автора информации. Можно выделить три концептуальных

типа информационного влияния: непосредственное влияние знакового текста информации, опосредованное влияние автора, индуцированное влияние дискурса автора [Плющ, 2016b].

На автономного потребителя информации воздействует информация как знаковый текст. Потребитель, как взаимодействующий с миром субъект, помимо знакового текста оказывается под воздействием автора информации, которое может пониматься как социальный текст (коммуникация автора и потребителя). По аналогии с организацией текста (совокупность знаков, автор, замысел), организацию социального текста можно представить как совокупность действий акторов, автора (группового субъекта), замысел (совместный дискурс в ситуации взаимодействия). На потребителя информации, осознающего себя частью общества, помимо знакового текста и автора информации, влияют его представления об обществе (правилах взаимодействия субъектов обществ), выраженные в дискурсе потребителя. В ходе коммуникации взаимодействие со знаковым текстом, с автором информации дополняется аутокоммуникацией потребителя, которую можно рассматривать как (ре)конструируемый дискурсивный текст. Под этим текстом понимается совокупность дискурсов потребителя информации в различных ролевых позициях, потребитель информации (рассмотренный как автор жизнедеятельности), замысел текста (программа жизнедеятельности потребителя информации в спрогнозированном мире).

Выделенные типы текстов отличаются природой элементов. В знаковом тексте элементом является семантическая единица, в социальном тексте – артикулированный текст (сообщение как действие), в дискурсивном тексте – фрагмент дискурса, ограниченный ролью субъекта во времени и пространстве.

Конструирование знакового текста представляет собой моделирование действительности путем задания многозначных семантических единиц (задание тезауруса текста). Автор, выбирая семантические единицы текста, может влиять на форматирование потребителем семантического пространства. Тезаурус текста

дает возможность потребителю домыслить модель фрагмента мира и предположить позицию автора в нем. Дискретизация текста читателем, конструирование его фрагментов позволяют придать смысл семантическим единицам в рамках этих фрагментов и задать спектр возможных позиций автора. Интеграция фрагментов текста в соответствии с логикой соединения фрагментов в целостный текст дает возможность потребителю отслеживать траекторию движения автора, конструируя как ожидания последующих событий в семантическом пространстве текста, так и прогнозы маршрута движения мысли автора.

Продвижение дискурса субъекта влияния предполагает упаковку фрагмента дискурса в информацию, которая достигается выбором семантических единиц (позволяющих конструировать семантическое пространство определенной организации), заданием позиций автора и логики конструирования структуры текста в соответствии с целями автора. Деятельность по конструированию знакового текста предполагает имплицитные процессы моделирования действительности, смыслообразования, целеполагания. В общем случае реконструкция потребителем фрагмента дискурса автора, заложенного в информации, может ограничиваться моделированием фрагмента действительности в рамках собственного дискурса, не обязательно предполагая распознавание позиции автора и заложенных им смыслов. Прогнозирование целей автора подразумевает сложность ментальной организации потребителя, позволяющую ему проводить рефлексивный анализ используемых автором средств конструирования текста: осмысление выбора тезауруса, выявление набора позиций автора, восстановление логики конструирования структуры текста. Реконструкция потребителем дискурса субъекта влияния на основе восприятия знакового текста информации обусловлена когнитивной сложностью организации дискурса потребителя информации.

Конструирование взаимодействия потребителя с автором информации (или социального текста) начинается с создания субъектом влияния элементов

коммуникации – артикулированных текстов (сообщений). Свое значение информация приобретает только в контексте ситуации коммуникации, будучи (знаковым) текстом в (социальном) тексте, где автор в рамках намеченных им правил коммуникации подразумевает различную степень участия субъектов при конструировании совместного дискурса. Такое контекстуальное понимание информации приводит к тому, что коммуникативные процессы рассматриваются как идущие на двух уровнях: текстовом и социальном [Бейтсон, 2000; Почепцов, 2001в]. Организация потоков информации выглядит следующим образом: производство информационных текстов и их распространение в рамках некоей парадигмы коммуникации. Организация социального взаимодействия подразумевает задание действующих лиц, пространства их взаимодействия (где социальная структура будет обусловливать роли субъектов взаимодействия) и правил конструирования совместного дискурса (метадискурса коммуникации). Для большинства потребителей информации социальные структуры, которые обусловливают коммуникацию, не обладают самостоятельным онтологическим статусом, они возникают и воспроизводятся в самом процессе коммуникации благодаря социальной компетентности собеседников, их навыкам и умениям [Джерджен, 2003].

В конкретной ситуации коммуникации трансляция потока информации и социальное взаимодействие организованы в соответствии с дискурсом субъекта влияния, но в его различных ролевых позициях (автора потока информации и субъекта взаимодействия). В связи с тем, что дискурс субъекта влияния содержится в организации метатекста информации и социального текста, а его реконструкция предполагает определенный уровень социальной компетентности потребителя, можно говорить об опосредованном информационном влиянии.

В качестве автора дискурсивного текста выступает потребитель информации как субъект жизнедеятельности. Конструирование субъектом влияния информации предполагает задание ценности информации для жизнедеятельности потребителя информации. Это достигается использованием в

информации фрагментов дискурса потребителя: узнаваемой модели мира, известной социальной организации общества, привлекательных целей жизнедеятельности. Дискурсивный текст потребителя формируется на основе интеграции целостного дискурса повседневной реальности, в которую погружен потребитель, системного дискурса его пространства социальных коммуникаций (частью которого является коммуникация с автором информации) и (ре)конструируемого нормативного дискурса потребителя.

Субъект влияния, транслируя в информации фрагменты дискурса потребителя, запускает процессы самоорганизации потребителем собственного дискурса, который домысливается в ситуации коммуникации. Потребитель, используя имеющийся у него дискурс, совмещает конструкты реконструируемого дискурса автора с уже имеющейся организацией дискурса, создавая обновляющийся метадискурс коммуникации. В дальнейшем происходит интеграция непосредственных представлений потребителя о действительности, метадискурса, конструируемого в ходе коммуникации, и нормативного дискурса потребителя. Усовершенствованный нормативный дискурс (как программа жизнедеятельности потребителя) проходит проверку в ходе жизнедеятельности. Конструирование дискурсивного текста потребителем обусловлено процессами его самоорганизации и позволяет реализовать основные функции дискурса – как инструмента реконструкции дискурса автора; как пространства конструирования совместного дискурса взаимодействующих субъектов; как результата совершенствования дискурса потребителя.

Решение о значимости информации для потребителя принимается на основе его убежденности в ее качестве, в ее «правильности». Этому способствуют когнитивная сложность организации дискурса, социальная компетентность потребителя, потенциал его самоорганизации. Усвоение потребителем фрагментов дискурса субъекта влияния в качестве конструктов собственного дискурса обусловлено убеждением потребителя в необходимости усовершенствования собственного дискурса, готовностью к внесению в него

изменений. Конструирование обновляемого дискурса обусловлено как «конкуренцией», так и «совместимостью» дискурсов. Обновление дискурса, включение в его состав фрагментов дискурсов других субъектов происходят при условии признания качества предлагаемых фрагментов дискурса, метадискурса коммуникации и обновленного дискурса в целом. Критериями качества дискурсов могут выступать их соответствие опыту, опора на мнение других при оценке качества (например, может быть принятие господствующей точки зрения), внутренняя логичность предлагаемого дискурса. Присвоение фрагментов дискурса субъекта влияния может привести к тому, что потребитель становится соавтором транслируемого дискурса, воспроизводя его в собственных текстах, в коммуникациях, в жизнедеятельности.

Рассматривая информационное влияние как деятельность по продвижению дискурса субъекта влияния, выделяем три социально-психологических механизма информационного влияния: конструирование знакового текста информации, создание социального контекста коммуникации, программирование дискурса потребителя. Эти механизмы позволяют организовать воздействие информации в различных измерениях ментальной организации потребителя, когда дискурс субъекта влияния развертывается в виде текстов различной природы – знаковой, социальной, дискурсивной. В информации дискурс субъекта влияния разделяется на составляющие, которые потребителем сводятся обратно в целостный дискурс. Знаковый текст позволяет другим субъектам непосредственно ознакомиться с фрагментами дискурса субъекта влияния. Деятельность по продвижению дискурса субъекта влияния как части социального текста группового субъекта (автора и читателя) будет опосредована влиянием совместного дискурса группового субъекта, сложившимся в ходе ситуации коммуникации. Деятельность по продвижению дискурса субъекта влияния как части дискурсивного текста общества, который усваивает потребитель в ходе социализации, будет обусловлена качеством дискурса субъекта влияния, его ролью в организации

социетального дискурса, способствующего построению жизнеспособного общества.

Тринитарность, присущая организации социально-психологических механизмов информационного влияния, прослеживается и в организации отдельных социально-психологических механизмов, в частности, в конструировании информационных текстов различной природы. В соответствии с целью автора задается набор элементов (в вербальном тексте – набор используемых слов), создаются фрагменты структуры текста, где эти элементы соединяются определенным образом, позволяющим выразить идею текста как целого. На основе элементов домысливается модель действительности, фрагменты текста позволяют очертить спектр позиций автора, логика конструирования текста дает возможность выразить идею текста. Рефлексивный анализ средств конструирования текста позволяет не только прочитать и реконструировать его смыслы, но и прогнозировать цели автора, которые не всегда артикулируются. Следует отметить комплементарность организации механизмов информационного влияния, используемых при конструировании текстов, и механизмов восприятия информации: выбор элементов – распознавание элементов; соединение элементов – демонтаж целого на части, позволяющий понимать связи элементов в выделенных контекстах; задание логики конструирования целого – антиципация целей организации целого. Если субъект информационного влияния осуществляет сборку текста, то потребитель начинает восприятие информации с деконструкции текста, взаимодополнительность этих процессов предоставляет возможность осуществления информационного влияния, приводящего к «усвоению» фрагментов транслируемого дискурса.

Предложенные три социально-психологические механизма информационного влияния слиты в единое целое и действуют на потребителя одновременно, но каждый из них организован по подобию текста, составленного из дискретных элементов. Это позволяет субъекту влияния осуществлять сложноорганизованную деятельность (в нашем понимании структурированная

деятельность определена как механизм), способствующую продвижению его дискурса. Сложность организации социально-психологических механизмов информационного влияния будет обусловлена сложностью организации соответствующего текста (текст, метатекст, гипертекст); какого субъекта будет представлять автор текста – индивидуального, группового или общество в целом; глубиной замысла автора, могущего охватывать ситуацию коммуникации, информационную кампанию, жизнедеятельность в целом.

Получение информации потребителем, в ходе которого на него осуществляется информационное влияние, является частью социальных коммуникаций, которые, в свою очередь, представляют собой фрагмент его жизнедеятельности. Деятельность по продвижению дискурса субъекта влияния (информационное влияние) в конечном итоге упирается в изменения дискурса потребителя информации. Учитывая тринитарную организацию дискурса, выделяем три способа преобразования дискурса, соответствующие трем измерениям внутреннего мира субъекта. В соответствии с этим выделяем три способа продвижения дискурса субъекта влияния – конструирование знакового, социального, дискурсивного текстов. При этом знаковый текст составляет часть социального текста коммуникации, который, в свою очередь, является частью дискурсивного текста жизнедеятельности.

Деятельность по продвижению дискурса субъекта влияния (информационное влияние) включает в себя не только информирование (донесение информации), которое является вершиной айсберга, а также и деятельность по созданию социального контекста коммуникации и программированию дискурса потребителя. Несмотря на то, что выделенные типы текстов отличаются природой элементов, организация текстов разной природы подобна и устроена тринитарным образом. Подобие организации текстов, способов продвижения дискурса и устроения дискурса позволяет выделить три социально-психологических механизма информационного влияния. Эти

механизмы одновременно развертываются в различных ментальных измерениях субъекта.

*1. Конструирование знакового текста информации*

Знаковый текст представляет собой артикуляцию фрагмента дискурса автора. Конструирование знакового текста осуществляется заданием тезауруса текста; заданием набора имплицитных позиций автора, позволяющих придавать смысл семантическим единицам текста в рамках конструирования частей текста; построением логики организации текста, соединяя части текста в единое целое в соответствии с замыслом автора. В знаковом тексте влияние автора проявляется опосредованно, и отследить его может не каждый потребитель информации, поскольку реконструкция позиции автора информации и его целей предполагает анализ средств конструирования знакового текста, что предполагает некоторый уровень информационной культуры читателя.

*2. Создание социального контекста коммуникации*

В социальном тексте информация представляет совокупность сообщений (метатекст) автора, и влияние информации обусловлено социальным влиянием автора. Дискурс автора, помимо содержания информации, воспроизводится в организации коммуникации. Деятельность субъекта влияния в продвижении дискурса проявляется в организации метатекста и в организации социального пространства ситуации коммуникации. Понимание потребителем особенностей организации метатекста и контекста коммуникации позволяет ему реконструировать дискурс автора информации.

*3. Программирование дискурса потребителя информации*

Продвижение дискурса автора информации подразумевает, что помимо текста и организации контекста ситуации коммуникации этот дискурс проявляется в жизнедеятельности потребителя информации, в организации его пространства социальных коммуникаций, в его аутокоммуникации. При восприятии информации потребитель должен соотносить нормативный дискурс, реконструированный дискурс автора и преобразованный в ходе

аутокоммуникации дискурс. Во всех этих случаях потребитель является создателем дискурсов, используя предложенные ему конструкты. В связи с тем, что решение о преобразовании дискурса потребитель принимает самостоятельно, он может не осознавать роль автора информации в принятии собственного решения.

В табл. 4.3 приведена синергетическая модель организации социально-психологических механизмов информационного влияния. Эти механизмы, развертываясь в зависимости от возможностей субъекта влияния и стоящих перед ним задач, сохраняют свою тринитарную организацию, что приводит к появлению у модели свойств масштабной инвариантности. Информационное влияние помимо воздействия информации подразумевает воздействия и автора, и его дискурса. Чем сложнее организован социальный субъект влияния (индивидуальный субъект, группа, общество в целом), чем более сложно организованный текст информации он предлагает и чем дальше горизонт планирования целей этого субъекта, тем большая сложность организации механизмов информационного влияния, включающих множество отдельных видов деятельности. Механизмы информационного влияния представляют собой набор простейших универсальных деталей (действий), которые на основе некоторой схемы сборки соединяются в сложноорганизованную структуру (деятельности), позволяющую осуществлять желаемые трансформации дискурса потребителя информации в соответствии с намеченными целями.

***Конструирование знакового текста информации***

Моделирование картины мира, представленной в тексте и конструируемой на основе использования конструктов дискурса субъекта влияния, предполагает следующие направления деятельности: задание тезауруса текста, имплицитных позиций автора, логики организации целостного текста. Конструирование текста рассматривается как целостный механизм, вместе с тем отдельные составляющие

*Таблица 4.3*

**Синергетическая модель организации социально-психологических механизмов информационного влияния**

| Конструирование знакового текста информации | Создание социального контекста ситуации коммуникации | | Программирование социетального дискурса потребителя информации | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Организация метатекста субъекта влияния | Организация социального пространства | Организация жизнедеятельности потребителя информации | Конструирование пространства социальных коммуникаций | Организация аутокоммуникации потребителя информации |
| 1. Задание тезауруса текста | 1. Производство информационных текстов | 1. Задание действующих лиц коммуникации | 1. Организация практик жизнедеятельности потребителя | 1. Организация пространств коммуникаций | 1. Конструирование нормативного дискурса |
| 2. Задание набора имплицитных позиций автора | 2. Распространение информации | 2. Задание структуры социального пространства участников коммуникации | 2. Организация социальной структуры социума | 2. Управление структурой пространства социальных коммуникаций | 2. Задание способов самоорганизации субъекта |
| 3. Задание логики организации текста | 3. Предложение парадигмы коммуникации | 3. Задание правил конструирования совместного дискурса | 3. Создание модели образа жизни социума | 3. Управление конструированием социетального дискурса | 3. Задание критериев качества дискурса |

этого механизма могут рассматриваться как самостоятельные механизмы, в свою очередь, развертывающиеся в механизмы более низкого уровня.

**Задание тезауруса текста**. На основании тезауруса потребитель информации имеет возможность смоделировать (домыслить) картину действительности, включая действующих лиц, в том числе и автора [Плющ, 2010с]. Под тезаурусом понимается множество (словарь) конструктивных смысловых элементов текста, включающих слова и устойчивые словосочетания, позволяющие отобразить семантику информационного сообщения [Шрейдер, 1972]. Тезаурус может рассматриваться как специфический текст, а с учетом того, что в отдельных случаях семантические единицы могут выполнять функции текста, в задании тезауруса могут проявляться все социально-психологические механизмы конструирования текста.

Внешние стимулы не влияют на сознание человека до тех пор, пока не получат семиотическую осмысленность. Для мысли человека существует только то, что входит в его словарный запас, поэтому последний активно используется как средство воздействия. Формирование необходимой модели Мира у адресата осуществляется путем описания фрагментов мира, базисом для которых является выбор оптимальных языковых ресурсов. При этом считается, что всякое использование языка предполагает воздействующий эффект [Иссерс, 1999; Блакар, 1987]. Уже сам факт наименования вещи или явления – одновременно факт классификации (категоризации, отнесения к категории), ибо язык как средство классификации выступает инструментом контроля над тем, как общество воспринимает действительность [Барт, 1994]. Как указывает Ю.М. Лотман, вторжение в сферу культуры извне совершается через наименование [Лотман, 1992]. Р. Блакар отмечает, что выбор слов и выражений является необычайно важным инструментом власти для структурирования действительности, о которой идет речь [Блакар, 1987]. Слова – это не просто «бирки», обозначающие объект, свойство или отношение, а единицы анализа, на основе которых осуществляется категоризация реальности. Это своего рода

оптические «приборы» субъекта, препарирующие мир и фиксирующие особенности препарации [Бажанов, 2016].

Если познание рассматривать как процесс расширения физической и духовной ориентации человека в мире, то правильно ориентирующий термин является одним из важнейших элементов, составляющих основу такой ориентации [Володина, 2003]. Слова могут фиксировать в своем содержании различные точки зрения (победа и поражение – это описания одной и той же ситуации, рассматриваемой с разных позиций), социальный статус участников ситуации (докладывает подчиненный, консультирует более компетентный). Структурируя действительность, указывая позиции действующих лиц, автор задает особый мир событий, втягивает читателя в особое виртуальное существование, которое служит проекцией собственной жизни читателя. Так формулируется «власть языка» – способность языка навязывать мировидение, создавать языковую интерпретацию картины мира («кто называет вещи, тот овладевает ими»). Любой текст в имплицитном виде содержит картину мира, которая посредством отбора понятий, терминов в необходимом для автора ракурсе выражает его точку зрения [Болинджер, 1998; Бурдье, 1993; Почепцов, 2001в].

Задавая в знаковом тексте действующих лиц и их отношения, автор дает возможность потребителю информации сконструировать семантическое пространство, в котором у потребителя может быть имплицитная позиция как наблюдателя или как участника описываемых событий. Реконструируемые события знакового текста могут интерпретироваться как проекция одного из социальных пространств потребителя информации.

Субъект на основе тезауруса, который предоставляет необходимые объективации и задает контекст, в рамках которого слова приобретают смысл, конструирует модель реальности [Бергер, Лукман, 1995]. Язык позволяет пользователю отмечать координаты жизни в обществе, наполнять эту жизнь значимыми субъектами и событиями. Например, обрушивая на читателя

непрерывный поток упоминаний о «предательстве», «неудержимом падении», «подлых идеях», можно сформировать отношение к происходящим событиям. В зависимости от интенции воздействия меняется сам язык, причем выбор слов подчинен цели сообщения [Володина, 2003; Дридзе, 1984; Клемперер, 1998]. Например, использование в сообщении о столкновении демонстрантов с полицией пассивной формы вместо активной ведет к сглаживанию социальной и идеологической остроты. В значении многих слов имеется оценочная, эмоциональная составляющая, и посредством выбора таких слов можно оказывать сильное эмоциональное воздействие (особенно если оно дополняется другими средствами). Как отмечает Фельдман, целенаправленное использование терминов-идеологем было и остается средством управления массовым сознанием, средством эффективных манипуляций [Фельдман, 2006]. При помощи идеологем осуществляется позиционирование оценки и статуса человека в обществе [Каменева, 2006]. Аналогичным приемом является и приклеивание ярлыков, когда образ объекта сочетается с определенными характеристиками или стереотипизированными оценками. «Красный», «голубой», «оранжевый», «коричневый» – ярлыки, связанные с конкретным объектом, могут окрасить его не только эмоциональной, но и смысловой отнесенностью. Маркировка ситуации эмоционально однозначно окрашенными терминами позволяет добиться актуализации установки и генерализации конкретного эмоционального компонента на ситуацию в целом, другими словами, сориентировать в уже заданном этическом измерении семантического пространства.

Тезаурус может задавать систему оценивания, в которой выражено отношение автора к происходящим событиям (иногда все это может быть выражено в одном слове). Использование стереотипов и значимых символов позволяет при помощи определенных стимулов-маркеров задавать желаемый контекст ситуации и ориентировку семантического пространства, создавая за счет этого психологически однозначный желаемый образ ситуации. Примером может служить факт чрезвычайно частого использования слова «народ» в

пропагандистских текстах нацистами, тем самым закрепляя представления о «всенародной» поддержке нацистского режима [Клемперер, 1998].

Использование заранее маркированных конструкций создает предпосылки для оптимизации ориентировки в ситуации и облегчает процесс смыслообразования. Благодаря этому уменьшается неопределенность, обеспечивается однозначность в понимании и оценке ситуации и экономятся умственные усилия. Маркирование ситуации может осуществляться за счет определенной смысловой отнесенности или эмоциональной окрашенности ориентирующих элементов ситуации, что предполагает предварительное формирование в отношении маркеров определенных установок. Если потребитель информации не относится к явным сторонникам какого-либо политического движения, то оценивание им политической ситуации сопровождается высоким уровнем субъективной неопределенности. И поэтому использование специальных лингвистических средств позволяет задать позиционирование политических субъектов, используя удобные критерии для влияющего субъекта.

Использование тезауруса позволяет опосредованно конструировать социальный контекст, в котором протекает коммуникация, и воссоздавать социальные отношения коммуникаторов, поэтому субъекты влияния пытаются контролировать этот процесс. Навешивание ярлыков, активное вмешательство в процесс именования, столь характерное для политиков «во власти», является попыткой воздействовать на существующую в сознании электората когнитивную базу в области политической коммуникации, на его картину мира политики. Это, в частности, реализуется в именовании, в отстаивании определенных названий, переименовании, творении новых имен и т.д. [Апресян, 1997; Кара-Мурза, 2002; Оруэлл, 2009]. Как указывает С. Московичи, подчиняясь этой тенденции, привычные слова сводят к аббревиатурам. В этом проявляется стремление максимально ограничить вариативность мышления, сведя его к знакам, скрывающим контекст, например, военный пакт, заключенный между странами, называют НАТО [Московичи, 1998]. Абстрактные и анонимные знаки стирают

любой конкретный образ, который может открыть дорогу расширенным толкованиям. Это отражение современного интеллектуализма позволяет манипулировать фактами, сводя их к единой позиции, скрывая дополнительные коннотации, порождающие широту возможных точек зрения.

Выбор средств номинации для отражения одной и той же «правды» может быть различен. В основе этого явления лежит тот факт, что непрерывность действительности приходится передавать дискретными средствами языка. Поэтому многие ситуации реальности допускают несколько несинонимичных отражений. Использование различных понятий позволяет определить позиционирование автора дискурса, поскольку выбор конкретного слова предопределяет дальнейшие действия с этим объектом. Мы помогаем «борцам за свободу», но воюем с «террористами» [Почепцов, 2001б]. Разные способы описания тех или иных событий отличаются не на уровне физического пространства, где они равны, а на уровне социального пространства, в котором присутствует и читатель.

В целях скрытого воздействия применяется языковое переформатирование, когда используются эвфемизмы, которые функционируют как своего рода ментальные рельсы. Политическая партия, которая направляет свою деятельность на защиту и рост капитализма, называется «социалистической», деспотическое правительство – «демократическим», сфабрикованные выборы – «свободными» [Маркузе, 1994]. Бомбардировки становятся «защитной реакцией или воздушной поддержкой», точечные бомбардировки – «хирургическими ударами»; концентрационные лагеря – «центрами умиротворения»; ядерная бомба – «усиленным радиационным оружием» [Болинджер, 1998]. К общепринятым понятиям могут добавляться прилагательные или вноситься иные правки, вследствие чего смысл этих понятий меняется до неузнаваемости и приобретает вид постмодернистской ситуационной игры, например, «бархатная революция», «гуманитарная интервенция», «мягкий суверенитет». Подобная игра слов – вовсе не безобидное занятие интеллектуалов, а продуманная хаотизация устоявшихся

норм и ценностей. В результате эффекта обобщенно-размытой семантики меняется структура семантического пространства, что приводит к изменению позиционирования автора сообщения в социальном пространстве и неточному определению его замыслов [Шульц, Любимова, 2015].

В СМИ слова используются как мыслительные модели для восприятия мира, которые призваны служить социально-политической концептуализации действительности. С помощью терминов возможно формирование образа врага из представителей других социальных групп, ведущих к дегуманизации отношений в обществе и его поляризации. Этой цели служит употребление штампов, специально сформированных терминов, несущих негативный заряд.

Задание тезауруса предполагает форматирование семантической модели социального пространства определенной сложности. Использование простых семантических единиц (когнитивная редукция) позволяет построить модель, доступную для многих респондентов, не обладающих достаточным уровнем сложности дискурса. Примером упрощенного толкования политических явлений может служить персонификация политики, когда сложные социальные проблемы взаимоотношения политических сил переводятся на уровень межличностных отношений политиков, понятных большинству граждан. Дискредитируя отдельных политических деятелей, можно навязать некритическое отношение к политической силе, стоящей за ним, и к отдельным группам населения, чьи интересы выражает этот политик и эта политическая сила.

Когнитивная сложность используемого понятия обусловливает форматирование сложности семантического пространства потребителя, подразумевая набор его возможных позиций в этом пространстве. Когнитивная редукция семантических единиц позволяет автору сужать спектр возможных позиций интерпретации содержания текста, что может использоваться автором в разных целях. Одной из них может быть донесение под видом «объективности» единственно «правильной» точки зрения всех «здравомыслящих» людей, что принуждает потребителя информации, иногда помимо его пристрастий,

присоединиться к этой точке зрения. Понятия несут в себе зачатки структурирования семантического пространства, модели социального устройства, логики взаимодействия с другими субъектами. Выбор используемого понятия оказывается не автоматизированным средством конструирования текста информации, а представляет собой механизм влияния, один из способов завуалированного давления.

С определением смысла семантических единиц потребитель справляется более или менее успешно, но, как правило, это происходит автоматически, т.е. человек неосознанно приписывает смысл слову в привычном для себя контексте. Поэтому читатель нередко ошибается, приняв за истинный смысл совсем не то, что предполагал автор. В литературе отмечается, что изобретение новых методов построения текста, основанных на принципах множественного частотного распределения признаков, позволяет заинтересованному субъекту влияния навязывать любые смыслы. В этом случае, когда осуществляется целенаправленное воздействие на сознание путем специального смещения частотного распределения признаков, человек может получить именно то смысловое решение, который и хотели до него донести, но не в осознанном варианте, а подсознательно [Аверьянов, 2007]. Частота употребления слов указывает на значимость тех или иных областей действительности в данный период жизни общества. Многократно повторяющийся контекст обретает системную силу, которая конденсирует наиболее актуальный текстовой смысл.

Если рассмотрим текст более сложной организации (метатекст), то задание его тезауруса будет представлять собой совокупность текстов определенной тематики. На основе содержания отдельного текста конструируется фрагмент картины мира. Совокупность текстов позволяет сконструировать модель мира, в которой фрагменты, повторяемые в нескольких текстах, будут иметь большую узнаваемость, легче воспроизводиться потребителем и иметь для него большую значимость. В научной литературе такой механизм влияния, который задается редакционной политикой, обозначается как формирование ***повестки дня***.

Относительное число людей, озабоченных теми или иными проблемами, довольно точно повторяет расстановку акцентов по тем же проблемам в СМИ, которыми эти люди пользуются [Брайант, Томпсон, 2004; Зимбардо, 2000; Назаров, 2003; Інформаційний вплив …, 2011]. Эффект повестки дня приводит к тому, что у одной группы потребителей информации происходит усиление уже сформировавшихся установок, она считывает свой дискурс из информации о фрагментах действительности, сконструированных СМИ. Чем больше СМИ повествует в рамках того круга проблем, которые интересуют человека, тем более сильное воздействие СМИ оказывают на людей [Яковлев, 2001]. Целевую аудиторию (сторонников определенного дискурса) не надо убеждать думать определенным образом, но можно указать ей те сферы, которые подтверждают применимость используемых взглядов. Это позволяет определенным исследователям утверждать, что телевизионные новости и политическая реклама не несут избирателям новой информации о кандидатах [Дзялошинский, Проблема …].

Тезаурус текста является частью тезауруса потребителя. Когда гипертекст (информационное пространство потребителя) начать рассматривать как текст, то его тезаурус составляют дискурсы потребителя в различных ролевых позициях представителя политических субъектов, с которыми ознакомлен субъект. Убеждение в качестве дискурса политического субъекта приводит индивидуального субъекта к ориентации на этот дискурс. При отборе дискурсов субъекты могут опираться на собственные представления о качестве дискурсов, ориентироваться на наиболее представленные («активные») в информационном пространстве социума дискурсы или ориентироваться на дискурс, признанный обществом как качественный. В качестве эффективного воздействия используется тонкий, каждодневный механизм по утверждению определенного положения вещей как обыденного, рутинного, не подлежащего сомнению, когда в рамках предлагаемого проекта навязываются представления о социальной справедливости. К примеру, нацистская пропаганда заявляла о примате

национального над классами, общности интересов групп с разным уровнем жизни, разным участием в процессе принятия решений [Грамши, 1991]. Схожих стратегий придерживаются многие режимы, формирующие в общественном сознании «корректные» и «некорректные» варианты решения социальных проблем. При этом политики, пребывающие во власти, заинтересованы в формировании определенного позитивного настроя в обществе, тогда как оппозиция бывает заинтересована в прямо противоположном, в апокалипсических настроениях и старается их распространять через свои СМИ. Ожидаемые благоприятные перспективы могут оказывать на уровень восприятия и популярности власти большее влияние, чем реальные экономические результаты ее работы.

В принципе любое общество подвержено влиянию глобальных социокультурных трендов как устойчивых во времени тенденций, которые задают элиты общества (точнее, «носители дум», улавливающие дух времени) и которые определяют основные направления развития этого общества и его ближайшее будущее. Согласно теории «гегемонии» А.Грамши, культурное господство мировоззренческого проекта, навязываемого обществу правящим классом при помощи современных средств массовой информации, формирует социально-моральный язык, «здравый смысл», концепцию реальности, которая доминирует, наполняя своим духом многообразные способы мышления [Грамши, 1991]. На этот проект начинает ориентироваться большинство граждан, пока не будут предложены новые, более привлекательные идеи, основанные на других принципах. Ориентация на дискурсы, царящие в информационном пространстве социума, позволяет говорить о таком механизме информационного влияния, как ***мода***.

Следование моде (политической) позволяет почувствовать свою общность с другими людьми, повысить социальную значимость, обрести смысл существования, то есть находиться в зоне психологического комфорта. Поиски иного пути развития могут привести к тому, что придется идти наперекор

общественному мнению – немногие могут себе это позволить. Потребитель информации экономит усилия, руководствуясь господствующим общественным мнением по поводу качества дискурсов, предлагаемых в социуме. Ему не приходится самостоятельно оценивать долгосрочные последствия принятых решений по модернизации общества, что предполагает конструирование сложной модели организации общества, наличие инструмента прогнозирования будущего, реконструкции исторического пути общества. Чтобы включить в тезаурус гипертекста тот или иной дискурс, потребителю бывает достаточно оценить формы презентации дискурса на фоне других или опереться на общественное мнение о дискурсе, а не на сам дискурс.

Выбирая привлекательный дискурс политического субъекта, индивидуальный субъект может идентифицировать себя с участником этой группы, когда принимает участие в акциях этой группы. В связи с этим может происходить подмена субъектности, когда индивидуальный субъект является субъектом выбора дискурса, но не автором дискурса. Индивидуум, участвуя в реализации этого дискурса, становится орудием воли другого, более искушенного субъекта.

Одной из форм задания тезауруса гипертекста является ***самоцензура*** как проявление ориентации на общественное сознание. Осознаваемая автором политическая целесообразность приводит к феномену «группового мышления», когда самоцензура приобретает вид «политкорректности» или «мейнстрима в подаче информации», которые достаточно часто превращаются в особую форму подавления инакомыслия. Например, под предлогом защиты интересов разнообразных меньшинств может осуществляться давление на тех, кто пытается привлекать внимание к реальным интересам и нуждам большинства, отстаивающего традиционные духовно-нравственные ценности [Другая холодная …, 2014].

Используя тезаурус, потребитель конструирует семантическое пространство. По существу, оно является моделью категориальной структуры

индивидуального сознания, на основе которой осуществляется классификация каких-либо объектов, понятий и т. п. путем анализа их значений. Для одного и того же фрагмента действительности могут быть представлены несколько адекватных, но кардинально не совпадающих схем описания. Тезаурус текста отражает определенный способ концептуализации мира автором этого текста. Сложность организации деятельности по заданию тезауруса обусловлена когнитивной сложностью выбираемых элементов, их количеством, критериями отбора элементов из имеющегося словарного запаса автора текста.

Еще одним социально-психологическим механизмом конструирования знакового текста информации является **задание набора имплицитных позиций автора**, который имеет возможность соединять семантические единицы текста в определенном порядке, придавая этим единицам смысл в рамках сконструированных частей текста. С точки зрения социального конструктивизма, индивидуальные субъекты на основе имеющихся у них представлений непрерывно конструируют социальную реальность [Бергер, Лукман, 1995; Джерджен, 2003]. Слова, употребляемые в рамках дискурса, имеют смысл в контексте сложившихся отношений, которые они воспроизводят [Джерджен, 2003]. Задание позиций автора обусловлено его желанием наладить социальные коммуникации, исходя из имеющейся у него модели устройства общества, и представить возможные точки зрения на описываемые события.

Конструирование текста обусловлено способом установления взаимосвязей между его конструктивными элементами (задание этих элементов рассматривается как отдельный процесс). Семантические единицы обычно имеют размытую область значений, задание их смысла осуществляется конструированием контекста смысловых единиц. Носитель смысла, под которым обычно рассматривается слово (а может быть, словосочетание, синтагма, целое предложение, абзац, весь текст), приобретает смысл в контексте, когда в совокупности с другими знаками он составляет целостность большего порядка [Бахтин, 1979; Лотман, 2000; Энциклопедия …, 2009]. Конструирование

контекста создает возможность различными средствами закладывать в текст желательный способ прочтения (и интерпретации) семантических единиц, как отмечается в литературе, даже выбор синтаксических конструкций определяется идеологической позицией адресанта [Булыгина, Шмелев, 1997]. Смыслообразование семантических единиц осуществляется автором. Задание контекста, ведущего к пониманию заложенного смысла этого фрагмента текста, позволяет идентифицировать позицию автора в семантическом пространстве, сконструированном на основе анализа этого фрагмента текста.

С помощью конструирования контекста, помогающего описывать объекты или события, информация форматируется так, что получатель сообщения принимает навязываемое ему определение ситуации [Hodge, Kress, 1993]. Для каждой социальной группы характерны свои описания, что отражает социальную дифференциацию общества. В результате интерпретации текста, в котором в скрытом виде заложены позиции автора (и субъекта влияния, чьи интересы он представляет), формируется конкретная модель общества и политической системы. Как указывает Ж. Бодрийяр, читатели, постоянно идентифицирующие себя в художественном тексте с той или иной группой, как бы вписывают себя в современное устройство общества, становятся его неотъемлемой частью и тем самым выражают ему свое одобрение и поддержку [Бодрийяр, 2006].

В качестве одного из механизмов информационного влияния выделяется ***контекстуальная корректировка***, когда употребление слова в определенном контексте способствует установлению и закреплению соответствующих ассоциативных связей, то есть влияет на его значение [Каменева, 2006]. Целенаправленное использование знаковых средств, имеющих отрицательную эмоциональную окраску, позволяет отрицательное отношение с отдельной характеристики некоего объекта перенести на его целостный образ. Например, «демонизация сербов» в конце 1990-х годов в преддверии войны НАТО против Югославии достигалась тем, что слово «серб» непрерывно и долго помещалось в отрицательный контекст (включалось в описание страшных событий и в

окружение неприятных эпитетов), вызывая у телезрителей, независимо от их позиции, устойчивую неприязнь к сербам [Сороченко, Энциклопедия методов …]. Аналогичный пример, но уже с позитивной коннотацией, приводит В. Клемперер, когда в нацистской Германии за счет частоты употребления в благоприятном контексте слово «нация» постепенно приобретало положительную окраску [Клемперер, 1998].

Задав семантические элементы, приписав им смысл (помещая в контекст), автор соединяет эти части текста таким образом, чтобы они выражали его замысел. В соответствии с таким пониманием еще одним механизмом конструирования текста выступает **задание логики организации текста**, подразумевающей соединение частей текста в единое целое. Сложность организации текста создает возможность множественных прочтений смысла текста в зависимости от членения текста на элементы, помещения их в различный контекст, приписывания им различных значений.

Учитывая тринитарную организацию текста (элементы, структура, замысел), можно выделить три типа логики организации текста. А) Логика выбора дискретных элементов текста из имеющегося словарного запаса, усвоенного автором в ходе социализации. Тезаурус может рассматриваться как своеобразный текст автора, в замысле которого проявляются цели автора. В связи с этим понимание логики выбора элементов текста дает возможность понимания целей автора. Б) Логика соединения семантических элементов в системное целое, являющееся структурной частью текста. Например, слова объединяются в предложения в соответствии с правилами языка, усвоенными автором, что подразумевает возможность реконструкции смысла предложения и другими субъектами. Вместе с тем при соединении элементов могут быть использованы специальные приемы, опирающиеся на особенности восприятия информации. Первое предъявление элемента, учитывая, что первичное впечатление от текстового элемента влияет на его последующие интерпретации (эффект ореола), может выдавать намерения автора по поводу семантической нагрузки этого

элемента. Размещение элементов в тексте может свидетельствовать о намерениях автора по приданию значимости этим элементам, так как информация, помещенная в начале и конце текста, будет оказывать большее влияние по сравнению с информацией, помещенной в середине текста (эффект края). В) Логика конструирования целостного текста автором, подразумевающая авторский способ интеграции структурных частей текста. Структурные части текста, на основании которых можно реконструировать семантическое пространство, также организованы по принципу текста, в них можно выделить имплицитную позицию автора. Интеграция структурных частей в целостный текст представляет собой «коммуникацию» автора в различных позициях (текст в тексте), которую автор текста может организовывать в соответствии со своей логикой, экспериментируя с социальными правилами.

В литературе приводится множество способов конструирования текстов, в которых в соответствии с целями авторов искажается картина описываемой в них реальности, создается ее иллюзорное понимание: редукционизм, нарушение критериев подобия, создание некогерентности, манипуляции числом и мерой и др. [Почепцов, 2001б; Кара-Мурза, 2002; Сороченко, Энциклопедия методов …]. Умение распознавать используемые приемы нарушения логики позволяет потребителю реконструировать скрытые цели автора информации.

Когда рассматриваем конструирование сложноорганизованного текста (метатекста), единицей которого выступают новости, то логика его организации, включающей наполнение контента и верстку выпуска новостей, – порядок следования новостей и удельный вес каждой новости самой по себе, задает критерии того, что считать важными новостями. В соответствии с логикой организации метатекста происходит ***коррекция новостного потока*** (agenda setting), когда редактор из множества новостей определяет, что включить, что не включить (и как подчеркнуть их значимость: поставить первым, множеством комментариев и т.д.). В широком смысле механизм действия agenda setting состоит в том, что о масштабном, но «невыгодном» событии можно упомянуть

вскользь либо, если возможно, вообще промолчать или подать в невыгодном контексте, вместе с тем ничтожное событие при широком освещении и правильной подаче может обрести в сознании аудитории значимость вселенских масштабов. Было эмпирически показано, что средства массовой информации эффективно влияют на аудиторию именно тогда, когда работают с теми проблемами и сюжетами, относительно которых у людей нет личного опыта, и значительно менее действенны, когда речь идет о проблемах, с которыми люди непосредственно сталкиваются в повседневной жизни [Дьякова, Трахтенберг, 1999; Інформаційний вплив …, 2011].

Конструирование знакового текста информации, как социально-психологический механизм информационного влияния, представляет собой «механизм механизмов», то есть включает в себя деятельность по выбору элементов текста, составлению автором из них частей текста, которые объединяются в соответствии с логикой автора в целостный текст. Субъективность в выборе разнообразных средств организации языковых текстов (тезаурус, синтаксические конструкции, макроструктуры, логические операции и др.) предполагает возможность множественных смысловых интерпретаций этих текстов [Баранов, Паршин, 1986]. Способы понимания предопределены уже готовой структурой знаний, заложенной в используемых средствах конструирования текста, что способствует утверждению дискурса автора текста [Булыгина, Шмелев, 1997; Цивьян, 2006].

Автор, варьируя тезаурусом, структурой текста и логикой его организации, направляет мышление потребителя, позволяющее ему реконструировать семантическое пространство, определить позиционирование автора, предсказать логику его мысли. Прочитывая текст, потребитель вынужден опираться на использованные автором средства. В принципе, далеко не всегда он разделяет точку зрения автора. Но когда она не только выражена отдельными лексическими единицами, а и «вмонтирована» в конструкты текста, отказаться от нее бывает очень трудно: при прочтении текста потребитель вынужден применять тезаурус

автора, опираться на предложенную им структуру текста, следовать за его логикой. После прочтения информации (или уже в ходе прочтения) потребитель может отказаться от предлагаемой точки зрения, но это требует дополнительных усилий, и нередко согласие с альтернативной точкой зрения – даже вопреки своей позиции – у потребителя остается, тем самым происходит усвоение элементов транслируемого дискурса.

Слова, наполненные мыслью, обладают содержанием, отличным от той действительности, которая их породила, и задают особое виртуальное пространство. В современную эпоху все большее значение в жизни людей приобретает получение информации, когда действительность скрывается за информационными текстами, которые конструируют люди. Это теоретическое положение получает практическое значение в информационной политической практике: посредством социальных коммуникаций в общественном сознании конструируется необходимая «объективная» действительность, модель которой усваивается индивидуальными субъектами.

В мире разрозненных интересов выразиться нейтрально невозможно, не существует той «объективной» информации, которая «верно» отображает реальный мир [Блакар, 1987; Ленин, 1968; Московичи, 1998; Тлостанова, 2003]. Каждый политический субъект предлагает свой дискурс, навязывает свою модель мира, свой путь развития общества. Использование информации (знакового текста) является социальным действием, то есть происходит в соответствии с целью автора текста, но эта цель не обязательно артикулируется в содержании текста («язык нам дан не только для того, чтобы передавать наши мысли, но и для того, чтобы скрывать их»). Конструирование знакового текста подчинено цели автора, которая проявляется в задании тезауруса, имплицитных позиций автора, логик(и) организации текста. Анализ тезауруса текста позволяет потребителю (ре)конструировать семантическое пространство, организация которого помогает распознавать имплицитные позиции автора, динамика которых подчинена логике организации текста, что дает возможность прогнозировать возможные цели

автора. Определение целей автора предполагает наличие соответствующего рефлексивного потенциала потребителя информации. Учитывая, что цели автора могут иметь организацию сложноорганизованного текста, их реконструкция может быть достаточно сложной задачей.

***Создание социального контекста ситуации коммуникации***

Информационное влияние рассматривается как неотъемлемая часть коммуникации субъектов, осуществляемой в социальном пространстве. В процессе коммуникации на основе знакомства с информацией, содержащей дискурс субъекта влияния, происходит конструирование потребителем совместного дискурса. Влияние на потребителя осуществляется в рамках организации группового субъекта, являющегося автором совместного дискурса. Информация доводится путем трансляции множества сообщений или метатекста, который организован в соответствии с дискурсом субъекта влияния. Потребитель информации, реконструируя дискурс субъекта влияния, может ориентироваться на фрагменты дискурса, заключенные в знаковом тексте и раскрывающиеся в метатексте автора, и/или брать во внимание особенности организации ситуации коммуникации, в которых также проявляются фрагменты дискурса субъекта влияния. Деятельность по созданию социального контекста ситуации коммуникации включает в себя организацию метатекста (информационного потока) субъекта влияния и организацию социального пространства, в котором происходит взаимодействие субъектов.

*Организация метатекста* (потока информационных сообщений) включает в себя производство информационных текстов (сообщений), их распространение, задание парадигмы коммуникации, обусловливающей способы конструирования совместного дискурса субъекта влияния и потребителя информации. Опять выделяется текстовая схема: задание элементов (сообщений), структуры (различных способов получения информации потребителем), замысла (предложение парадигмы коммуникации).

**Деятельность по производству информационных текстов (сообщений)** рассмотрим как текст: материальный носитель, автор, замысел. Создание материального носителя информации – листовки, газеты, телепередачи, сайта и др. – выступает в качестве механизма информационного влияния (в качестве такового будет выступать и деятельность по наполнению этих информационных носителей содержанием). Создание структур, конструирующих информационные тексты, от индивидуальных авторов до информационных холдингов также относится к механизмам информационного влияния. Характеристики этих структур (их авторитет, статус, репутация) тоже могут конструироваться субъектами влияния. Производство информации реализует замысел субъекта влияния. Множественность источников информации повышает доверие к смыслу сообщения. С другой стороны, при нарастании объема информации если СМИ и сообщили о каком-то событии, то не факт, что многие смогли его заметить. В связи с этим производство информации может выполнять различные функции в зависимости от целей субъекта влияния: наполнять информационное пространство значимой информацией, заполнять пространство белым шумом, позволяющим скрывать важную информацию, распространять прямую дезинформацию. Основной чертой информационного общества является переизбыток производства информации и вместе с тем – дефицит необходимой информации для принятия управленческого решения. Субъект управления достаточно часто стоит перед выбором: добирать информацию или обойтись имеющейся. Распознавание целей трансляции информации поглощает ресурсы, затрудняя принятие управленческого решения.

**Деятельность по распространению информации** реализует функцию конструирования группового субъекта, когда создается общее информационное пространство субъекта влияния и потребителя информации. Для этого произведенную информацию с помощью социальной инфраструктуры (сетей распространения) доставляют потребителю. Эти сети оказываются инструментами коммуникации, продвигающими дискурс субъекта влияния, а не

просто техническими средствами доставки информации. Современные технологии доставки информации посредством виртуальных сетей (Facebook, ВКонтакте) одновременно оказываются средством передачи влияния, когда информация поступает от ближайшего круга потребителя, пользующегося его наибольшим доверием.

Претворение в жизнь замысла метатекста (дискурса субъекта влияния) коммуникации подразумевает **предложение парадигмы коммуникации** в рамках конструирования совместного дискурса субъектов коммуникации. Эта парадигма коммуникации будет раскрывать возможную роль потребителя при организации метатекста: предусматриваются ли обратная связь, обсуждение транслируемых материалов, участие потребителей в создании информационного контента.

В связи с возможностью предложения различных парадигм коммуникации (субъект-объектной, субъект-субъектной, синергетической) можно выделить соответствующие им механизмы конструирования дискурса метасубъекта – ***пропаганда***, ***манипуляция***, ***консолидация*** **метасубъекта**. Под пропагандой понимается распространение информации в рамах субъект-объектной парадигмы коммуникации, когда субъект влияния продвигает свой дискурс как нормативный дискурс социума и не скрывает своей позиции. В соответствии с теорией социального научения А. Бандуры, если официально признанный источник транслирует информацию, то любой элемент текста представляет собой феномен нормативного дискурса, нормативной картины мира [Хьелл, Зиглер, 1998; Фрейджер, Фейдимен, 2001]. Поэтому, показывая «террориста» в новостях и давая ему уничижительную характеристику, вы все равно вводите его в картину мира, происходит его легитимация и, значит, его пропаганда.

Понятие «манипуляция» возникло как обозначение действий субъекта, умело обращающегося с материальными объектами, проявляющего искусность, мастеровитость в своих профессиональных действиях. В такой исторической трактовке имплицитно заложен субъект-объектный подход, как отражение

взаимодействия человека с предметами физического мира. Когда же произошел перенос этого понятия на сферу социальных взаимодействий, возник негативный оттенок, поскольку в сферу субъект-субъектных отношений вносился предыдущий субъект-объектный ракурс рассмотрения. Под манипуляцией как профессионально организованной коммуникацией понимается предоставление в информации позиций нескольких субъектов, что затрудняет однозначную идентификацию позиции автора. Более привычное понимание «манипуляции» предполагает, что под видом «объективности» (представленности нескольких точек зрения) можно нарушить сбалансированность точек зрения в пользу субъекта влияния.

Распространение информации как заявка на коммуникацию содержит потенциальную возможность образования совместного дискурса субъектов, достаточно часто только декларируемую. Принятие каждым субъектом совместного дискурса ведет к консолидации группового субъекта. Учитывая, что конструирование совместного дискурса проходит стадии декларирования дискурсов, ознакомления с дискурсами других субъектов и только потом создания совместного дискурса (если это предполагается участниками коммуникации), можно отметить, что любая информация содержит элементы пропаганды, манипуляции и консолидации метасубъекта

*Организация социального пространства* подразумевает, что будет сформирована структура этого пространства. Исходя из этой структуры, участники коммуникации будут определять свои роли, обусловливающие вклады участников в организацию совместного дискурса. Будет происходить трансформация социального контекста в ментальные модели ситуации коммуникации, обретающие статус реальности для их носителей. Организация социального пространства подразумевает его форматирование и позиционирование в нем участников коммуникации: задание действующих лиц, установление между ними взаимоотношений или развертывание существующих

взаимоотношений в рамках уже существующей социальной структуры, задание правил конструирования совместного дискурса.

**Деятельность по заданию действующих лиц коммуникации** позволяет выделить участников коммуникации, которые будут конструировать совместный дискурс. В коммуникации идет процесс восприятия не «обезличенной», «объективной» информации, а информации от лица субъекта, которая воспринимается сквозь призму доносящего ее «источника». Одним из механизмов влияния является ***конструирование образа источника информации***. Дискредитируя или, наоборот, повышая авторитет источника, можно регулировать отношение к информации, степень доверия к ней, ее функциональность. Если в качестве потребителя информации рассматривается сложноорганизованный коллективный субъект (социум), то воздействие оказывается и на составляющих его групповых субъектов.

**Деятельность по заданию социальной структуры участников коммуникации** дает возможность их позиционировать и предположить их роли при конструировании совместного дискурса. Если потребитель информации рассматривается как часть существующей социальной структуры, в которую он включен, то информационное влияние на индивидуального субъекта осуществляется опосредованным путем, преломляясь через существующие сети взаимоотношений [Гусев и др., 2002]. Если социальное пространство потребителя информации рассматривается как бинарная иерархическая структура (лидеры мнений – потребители), то информационное влияние на конечного потребителя информации будет опосредовано влиянием лидеров мнений. Использование в своих целях лидеров мнений позволяет опереться на уже имеющиеся в данном сегменте общества социальные и коммуникативные сети, что бывает гораздо эффективнее, чем создание каких-то новых сетей. Когда потребитель информации является участником виртуальных социальных сетей, то современные информационные технологии позволяют регулировать поток информации к потребителю на уровне администратора сетей и их программного обеспечения.

Если воздействие лидера мнений можно было отрефлексировать, то влияние технического администратора, регулирующего наполнение ленты новостей, отследить обычному потребителю достаточно сложно.

**Правила организации совместного дискурса**, конструируемого в ходе коммуникации, могут устанавливаться в процессе взаимодействия субъектов и могут предлагаться субъектом влияния заранее как в явном, так и в неявном виде («существуют абсолютные истины», «начальник всегда прав», «демократы не ошибаются» и др.). Действующие носители власти стремятся использовать свои возможности в организации системы социальных коммуникаций для продвижения собственного дискурса [Почепцов, 2001б]. Дискурс субъекта влияния содержится и в знаковом тексте, и в дискурсе социального текста, в соответствии с которым организована коммуникация.

***Программирование социетального дискурса потребителя информации***

Реконструкция дискурса субъекта влияния, заложенного в информации, предполагает интеллектуальные усилия потребителя информации. И тут следует подчеркнуть одну аксиому: важно не то, что транслируется, а то, что люди услышали [Luntz, 2007]. Семантическое пространство, в которое погружается текст потребителя, будет воспринято через категории дискурса потребителя, на основе которых будет строиться модель, имеющая точность этих категорий. Можно порождать множество текстов на ту или иную тему, но если потребитель не способен реконструировать их дискурсы, то эти тексты будут нести иные, чем было задумано, последствия.

Дискурс конструируется тремя способами: в ходе жизнедеятельности субъекта, в коммуникациях с представителями других дискурсов, в процессе аутокоммуникации (см. рис. 2.3.3). Продвижение дискурса субъекта влияния подразумевает, что субъект способен организовать продвижение дискурса во всех измерениях жизненного мира потребителя информации. Три измерения внутреннего мира предполагают три способа программирования дискурса: путем

организации жизнедеятельности потребителя информации, конструирования его пространства социальных коммуникаций, организации его аутокоммуникации. Программирование дискурса потребителя информации происходит тогда, когда отдельные конструкты транслируемого дискурса становятся частью нормативного дискурса потребителя и самовоспроизводятся в дальнейшей его жизнедеятельности.

*Организация жизнедеятельности потребителя информации* подразумевает организацию практик жизнедеятельности потребителя, организацию социальной структуры социума и создание модели образа жизни социума. В ходе **практик жизнедеятельности** субъект усваивает сформированный образ жизни как нормативный дискурс социума.

В обществе индивидуальный субъект может быть участником многих институциональных групп. **Задание структуры социума** позволяет установить спектр возможных групп, отличающихся трактовками социетального дискурса, в деятельности которых может участвовать индивидуальный субъект. Включившись в деятельность группы, индивидуальный субъект знакомится с дискурсом этой группы. Когда этот субъект идентифицирует себя с участником этой группы и/или его привлекает эта деятельность, он участвует в конструировании совместного дискурса, автоматически становясь его носителем. Выявляется, что формы взаимодействия в социальных сетях оказывают более сильное влияние на установки и модели поведения, чем более традиционные социальные факторы типа групповой принадлежности [Грачев, 2004]. Инфантильная идея переноса «сетевых правил игры» в реальную жизнь и политику – важнейшая часть новой протестной культуры [Черемных и др., 2013]. Технологии коммуникации с равноправными статусами в сети, новые формы самоорганизации социального пространства вместо устойчивых традиционных социальных иерархических структур и институтов, сжатое время социальных преобразований – эти иллюзии свободы разрушают привычные сообщества, что может быть инструментом в чьих-то руках, если не предлагать социальные

системы с такой же степенью привлекательности и возможностей самореализации.

Определение целевых аудиторий, для каждой из которых подбираются язык изложения дискурса, стиль его донесения, предлагаемые перспективы его реализации, способствует продвижению дискурса субъекта влияния. Обычно в рамках избирательных или других информационных кампаний основной целевой аудиторией становится та часть населения, которая ещё не определилась. Эта категория избирателей делится на подгруппы: молодёжь, представители общественности, бизнесмены, чиновники и политики, журналисты и СМИ, учёные, пенсионеры, которые в дальнейшем уже могут подразделяться по региональному признаку. Избирательную кампанию Б. Обамы 2012 г. назвали наиболее микротаргетированной в истории (то есть нацеленной на небольшие группы), когда конкретные профили избирателей, которые могли проголосовать за Обаму, позволили персонализировать и месседжи, которые к ним попадали [Почепцов, 2015]. Сегодня оказывается возможным просчитать политическую позицию человека на основе большого количества данных, которые задают стиль его жизни.

Культура может пониматься как образ жизни, быта, пронизанный сигнификациями [Давыдов и др., 2013]. **Создание модели образа жизни социума**, транслируемой в информационном пространстве, ориентирует потребителя информации на стандарты жизнедеятельности, которые он будет стремиться воспроизводить в своей жизни. ***Культурное доминирование*** в информационном пространстве приводит к тому, что западная культура, западный стиль мысли и образ жизни, распространяемые через голливудские фильмы, всемирно известные телевизионные каналы и интернет, пропитывают молодое поколение других стран специфическими ценностными установками, которые свойственны западным обществам. Молодежь воспринимает внешне очень притягательную (особенно для неокрепшего сознания молодых людей) жизнь и начинает тянуться к ней, к высоким стандартам потребления, которые ей

свойственны, но не присущи традиционным обществам, имеющим другие условия жизнедеятельности. Предлагаемые изменения материальных и потребительских запросов, поведенческих норм отвергают существующие традиции, вызывая чаще всего неосуществимые социальные амбиции, что подрывает основы существующего в конкретном обществе порядка. Глобальное превосходство Запада в информационно-психологической и социально-культурной сферах во многом объясняет массовую поддержку политических сил, внедряющих в периферийные общества дискурсы, не свойственные этим социумам, что приводит эти общества к неустойчивости их политических систем [Запесоцкий, 2013].

Продвижение дискурса субъекта влияния подразумевает присутствие этого дискурса в пространстве социальных коммуникаций общества, в рамках которого происходит программирование дискурса потребителя информации. *Конструирование пространства социальных коммуникаций* предполагает создание социальных подпространств, транслирующих дискурс субъекта влияния, управление структурой пространства социальных коммуникаций, управление конструированием социетального дискурса.

Пространство социальных коммуникаций включает следующие подпространства: межличностных коммуникаций, коммуникаций групповых субъектов (информационного пространства СМИ), пространства институциональных коммуникаций (рис. 2.3.2). В пространстве социальных коммуникаций информация предстает как часть фрагмента дискурса субъектов, конструирующих социетальный дискурс в различных социальных позициях. Дискурс субъекта влияния не только напрямую поступает к потребителю через трансляцию информации, но и ретранслируется в пространстве социальных коммуникаций другими субъектами. Источники информации не столько транслируют сообщения, сколько диктуют условия самотрансляции дискурса, работая на его бесконечное самовоспроизводство [Белоусов, 2003; Почепцов, 2001в].

Реальное социальное господство в информационном обществе проистекает из владения встроенными в социальную структуру культурными кодами, что обеспечивается путем создания единых центров производства унифицирующих смыслов [Кастельс, 2000]. Непосредственное воздействие отдельных информационных сообщений и кампаний дополняется косвенным влиянием, когда индивидуального субъекта погружают в управляемое пространство социальных коммуникаций. Реализация стратегических задач коммуникации осуществляется путем производства информационного продукта различной организационной сложности, управлением информационными потоками, а также созданием социальных структур, поддерживающих необходимый тип дискурса [Петрик и др., 2008; Почепцов 2001в].

Влияние дискурса одного субъекта будет опосредовано всем массивом получаемой информации, когда воздействие оказывает не столько содержание информации, сколько место информации в пространстве социальных коммуникаций. В этом случае потребитель оценивает не столько сам дискурс, сколько влиятельность автора дискурса в пространстве социальных коммуникаций. Исчезновение дискурса из публичного информационного пространства означает снижение его веса в социетальном дискурсе, что может привести к снижению активности его сторонников: из-за того, что человек не хочет оказаться в изоляции, он либо смещается на позиции большинства, либо молчит [Ноэль-Нойман, 1996].

В ситуации однополярной глобализации единое информационное пространство есть полем реализации интересов гегемона в противовес интересам других политических субъектов. В этом пространстве контроль над производством и распространением информации (и дискурса) осуществляется единым центром, который является заказчиком сетевых процессов распространения информации с учётом геополитического противостояния. В любом обществе, подключённом к глобальной сети, после прокачки по нему постмодернистских смысловых кодов наблюдается трансформация идентичности,

вызывающая реструктуризацию общества из иерархичного в сетевое, и затребованность нового формата управления, следующего из изменившейся модели восприятия реальности [Коровин, 2013].

Современные информационно-коммуникативные технологии нацелены на персонализацию информационного влияния, когда массовые коммуникации дополняются нишевыми (групповыми) и индивидуальными (межличностными) коммуникациями, причем роль последних возрастает [Почепцов, 2015]. Как веяние времени возникают технологии создания искусственного общественного мнения, например, астротурфинг (англ. astroturfing), когда используются современное программное обеспечение либо специально нанятые оплачиваемые пользователи для искусственного управления общественным мнением. Эти технологии применяются для вытеснения мнения реальных людей на веб-форумах, для имитации общественной поддержки и организации поддельных кампаний в интернете, которые создают впечатление, что большое количество людей требуют чего-то конкретного либо выступают против чего-нибудь, продвигая необходимый дискурс [Овчинский, Сундиев, 2013].

Существуют компьютерные программы по управлению персонажами, которые позволяют небольшому числу людей создавать «армию виртуалов» (фиктивных пользователей, «ботов»), которые могут искажать правду, в то же время создавая впечатление «настоящего онлайн-восстания». Данная технология дает возможность вести секретную блогерскую деятельность на зарубежных сайтах. В рамках этой программы создаются вымышленные виртуальные личности в Twitter, Facebook и других социальных сетях, которые по всем внешним признакам будут казаться обычными пользователями и иметь убедительную легенду. Одной из разновидностей этих технологий управления общественным мнением является «троллинг». Создается фальшивый (анонимный) аккаунт, от лица которого издаются комментарии к различным сообщениям, цель которых – увести от темы дискуссии, стравливая посетителей интернет-страниц, насаждая между ними вражду. Информационное пространство становится

заложником технологий, когда его содержание может управляться извне техническими средствами, создавая видимость социальной поддержки необходимого дискурса.

Субъекты влияния стремятся осуществлять ***контроль над информационными потоками*** пространств социальных коммуникаций, противодействуя другим субъектам. Одним из механизмов является «***фильтрация информационного потока***», когда регламентируются актуальные темы, источники информации, возможные дискурсы [Дзялошинский, 2006]. В качестве механизма контроля выступает и ***цензура*** как ограничение нежелательных дискурсов. Информационное пространство социума находится под государственным управлением, в рамках которого регулируются отношения между субъектами влияния, допущенными к продвижению собственных дискурсов. Например, в Великобритании медиарегулятор Ofcom осуществляет надзор за качеством теле- и радиоматериалов в стране. В его задачи, помимо прочего, входит защита аудитории от вредоносной и оскорбляющей чувства информации, а также контроль за соблюдением принципов корректности и объективности в работе журналистов [Цензура в Великобритании…]. Многие развитые страны (Китай, Россия, США и др.) сейчас активно инсталлируют системы фильтрации информации в интернете, разрабатывая законодательства, которые поддерживают ответственность за контент [Игорь Ашманов …, 2013].

Субъекты влияния могут создавать организации, имеющие статус автономных, основная деятельность которых формально не связана с производством информации, но эти организации, будучи аффилированными со структурами, финансируемыми субъектами влияния, продвигают их дискурс. Неправительственные организации (НПО), в частности неправительственные аналитические центры, которые сегодня рассматриваются как один из важнейших показателей уровня демократии и интеллектуальной конкурентоспособности стран на мировой арене, могут выполнять важную функцию «интеллектуального моста» между обществом и властью, изучая общественные потребности и

предлагая государственным институциям новые идеи, варианты действий [Неурядові …, 2003; Сенченко, 2016]. Выделяются партийные, правительственные, квази-правительственные, независимые (неправительственные) и др. исследовательские организации. Специально подчеркивается, что неправительственные think tanks (имеются в виду исследовательские организации) выступают как «общественные», «независимые (внепартийные)», и их деятельность выплывает из общественных интересов и ориентируется на них, осуществляя лоббирование интересов общества [Неурядові …, 2003].

В странах, где общественные организации не являются самодеятельными организациями в полном смысле этого слова (общество, по разным причинам, не готово нести расходы на их содержание), неправительственные организации постепенно становятся инструментом влияния внешних сил на политику государства [Делягин, 2003; Плющ, 2012f]. Наднациональные структуры переходят от поддержки отдельных «экспертных» организаций, агентов влияния, своеобразных сконструированных «лидеров мнений» на рынке информационных услуг к построению сетей влияния, которые фактически становятся завуалированными политическими акторами, транслирующими социальный дискурс, порожденный извне, тем самым отстаивая интересы международных структур. Это уничтожает сам смысл демократии, когда наднациональные структуры получают непосредственные рычаги влияния на управляющую систему, а идеи и представления, рождаемые обществом, уже не интегрируются в социетальном дискурсе и, соответственно, перестают влиять на общественное развитие. Неправительственные организации, созданные для обеспечения «потребности общества в необходимой информации», постепенно становятся проводниками влияния, утверждения в общественном сознании инородного дискурса.

В западноевропейских государствах и государствах постсоветского пространства построены очень широкие сети неправительственных организаций,

охватывающих системным образом все сегменты общества, власти, СМИ и бизнеса [Блум, 2013]. На постсоветском пространстве функционирует около 37 тыс. различных информационных и общественных структур, призванных обеспечивать поддержку реализации атлантической (западной) геостратегии в отношении России и стран СНГ. Усиливается гуманитарное и информационно-коммуникационное воздействие на общественное сознание этих стран с целью «селекции» жизненных и ценностных приоритетов, размывающих их ментальность [Тимофеева, 2009].

Создаются структуры, способные осуществлять идейно-политический лоббизм в мировом масштабе: они целенаправленно воздействуют на выработку и принятие ключевых решений посредством регулирования потока циркулирующих в мировом политическом пространстве идей и представлений. Это центры, институты, советы, ассоциации исследовательского и аналитического характера. Часть из них встроена в государственно-политические механизмы, другая – действует за их рамками. Причем в последние десятилетия вторые играют более заметные роли не только в формировании идейных основ внешней политики отдельных государств, но и при корректировке глобальных политических процессов [Коровин, 2013].

Управление продвижением дискурса осуществляется и в сфере культурной политики. Например, ЦРУ в обстановке строжайшей секретности, тщательно маскируя свое финансирование нагромождением подставных фондов, разработало долгосрочные программы культурного и интеллектуального воздействия на элиты европейских стран. ЦРУ проводило культурные конгрессы, выставки и концерты, публиковало и переводило знаменитых писателей, которые следовали руководящим указаниям, поддерживало абстрактное искусство в противовес искусству с социальным содержанием и по всему миру финансировало журналы, критикующие марксизм, коммунизм и революционную политику, оправдывая или не обращая внимания на насилие и разрушения, причиняемые политикой Запада. Многочисленные издания, симпозиумы, выставки, концерты и программы

конгресса должны были убедить европейцев, что «Америка и американцы достигли полного триумфа во всех сферах человеческого духа, общих и Старому и Новому Свету» [Сондерс, 2013].

Жизнеспособность социетального дискурса проверяется временем, когда его использование помогает в решении вызовов, стоящих перед обществом. В долгосрочной перспективе создание своей модели человека, общества, системы смыслов и ценностей способно дать социуму шанс отстоять свою цивилизационную независимость [Черемных, Восканян, 2013]. Управление продвижением дискурса представляет собой переход на уровень мета-управления коммуникацией, когда регулированию подвергаются не отдельные акты, а система коммуникаций, посредством которой функционирует общество, отстаивающее свое историческое предназначение. По мнению Г.Г. Почепцова, «перестройка» может рассматриваться как операция по смене кодов целой страны, введению нового кода, который не только активно функционировал, но и был агрессивно настроен к существующему коду [Почепцов, 2001б].

*Организация аутокоммуникации потребителя информации* является одним из механизмов программирования социетального дискурса. В этом случае потребитель автоматически рассматривается как часть общества. Индивидуальный субъект в ходе социализации конструирует дискурс, который является инструментом распознавания дискурса других субъектов, пространством конструирования совместного дискурса и результатом совершенствования дискурса субъекта. Аутокоммуникация позволяет субъекту сконструировать целостный интегративный дискурс, совместив дискурсы различных жизненных измерений. Организация аутокоммуникации субъекта включает в себя конструирование нормативного дискурса, задание способов самоорганизации субъекта, задание критериев качества дискурса.

Нормативный дискурс (как программа жизнедеятельности) представляет собой совокупность множества программ поведения (в различных ролях). Этот дискурс, сформированный у субъекта, предполагает автоматическую

повседневную деятельность субъекта, когда ему не приходится решать задачи, выходящие за рамки рационального мышления (перебора имеющихся вариантов действий в разных ролях). Наградой за «правильный» выбор программы поведения в конкретной ситуации служит рефлексивная оценка (обратная связь). Успешная реализация программы «дарит» субъектам положительные обратные связи (например, эмоции, чувство выполненного долга, одобрение других субъектов), побуждая к продолжению деятельности.

**Конструирование нормативного дискурса** может пониматься в широком контексте как часть аутокоммуникации социума. В этом случае потребитель в ходе социализации усваивает конструкты социетального дискурса путем практик жизнедеятельности, социальных коммуникаций, самообразования. Содержание нормативного дискурса обусловлено памятью системы, которая обеспечивает сохранение ею части собственных операций, позволяющих использовать их повторно. Объяснение механизма воздействия восходит к идее «гегемонии» А.Грамши, согласно которой в качестве эффективного воздействия используется тонкий, каждодневный механизм по утверждению определенного положения вещей как обыденного, рутинного, не подлежащего сомнению [Грамши, 1991]. Таким образом, создается картина «привычного мира», где заданы набор акторов, их место в структуре и присущие им способы действия. Конструирование нормативного дискурса может пониматься и в более узком контексте. В ситуации коммуникации ее участники конструируют совместный дискурс как результат совместных действий группового субъекта, его аутокоммуникации. При восприятии знакового текста информации субъект в ходе аутокоммуникации совершенствует имеющийся у него дискурс, интегрируя его и реконструированный дискурс автора текста в целостность, успевая оценить качество полученного дискурса.

Происходящее постоянное обновление нормативного дискурса предполагает, что его автор способен обеспечить способы совершенствования дискурса. **Способы самоорганизации потребителя информации** подразумевают

возможность совершенствования его дискурса в разнообразных сферах его жизнедеятельности. Они обеспечивают разнообразие социальных практик, множество социальных коммуникаций (включая источники информации), сложность организации процесса самообразования. Овладение потребителем способами самоорганизации подразумевает умение использовать имеющиеся возможности собственного дискурса с целью его совершенствования.

Изменяемость мира предполагает **наличие критериев качества дискурса**, позволяющих потребителю оценивать трансформации дискурса во времени. Убеждение в качестве дискурса сопровождается постоянным подтверждением этого качества в практиках субъекта, в коммуникациях с другими субъектами, в оценке внутренней связанности (целостности) дискурса в ходе аутокоммуникации. Востребованность социума в субъектах с определенным типом дискурса, открывающая для этих субъектов возможности самореализации в этом социуме, может служить одним из критериев привлекательности дискурса. Качество социетального дискурса подвергается оценке при сравнении с уровнем жизни в других странах и при позиционировании страны в существующей структуре миропорядка. Социальные структуры, выполняющие рефлексивную функцию, предлагают субъектам общества критерии качества социетального дискурса, подразумевающие возможность развития общества в изменяющихся условиях и соответствующие его историческому пути.

## Выводы к четвертой главе

Проанализировано понимание понятия механизм, под которым в широком плане понимается материализованная идея преобразования одного вида энергии в другой. Психологические механизмы рассмотрены как деятельность субъекта по преобразованию его ментальных структур. Организация механизмов подобна организации текста: выделяются замысел (идея) деятельности, структура деятельности, включающая механизмы более низкого уровня, в основе которых

лежат наборы элементарных действий. Если преобразования ментальных структур происходят в ходе аутокоммуникации субъекта, можно говорить о собственно психологических механизмах. Дополнение ментальных структур субъекта фрагментами структур других субъектов в ходе взаимодействия с миром позволяет говорить о социально-психологических механизмах.

Предложена модель психологических механизмов восприятия информации, обладающая масштабной инвариантностью (самоподобием). Эти механизмы позволяют потребителю реконструировать фрагменты дискурса, заложенные в информации. Заданы базовые механизмы: распознавание, понимание, антиципация, которые применяются к различным структурным элементам текста: знакам смыслам, целям, выделенным потребителем информации. Конкретная структурная модель психологических механизмов восприятия развертывается исследователем исходя из предполагаемой сложности организации дискурса потребителя, позволяющей ему извлекать из информации знаки, смыслы, цели различной конструктивной сложности.

Сконструирована модель социально-психологических механизмов информационного влияния. Эти механизмы представляют собой организованную деятельность субъекта влияния по продвижению его дискурса, которая имеет текстовую природу. К социально-психологическим механизмам информационного влияния отнесены: конструирование знакового текста информации, создание социального контекста ситуации коммуникации, программирование дискурса потребителя информации. В любой деятельности субъекта по организации информационного влияния функционируют все три социально-психологические механизма, проявляясь в соответствии с природой и сложностью организации конструируемого текста. Организация отдельного механизма предусматривает возможность развертывания различных структурных механизмов, состоящих из множества механизмов более низкого уровня, в зависимости от имеющихся ресурсов, контекста ситуации и поставленных задач.

Отмечена комплементарность организации социально-психологических механизмов информационного влияния и психологических механизмов восприятия информации. Если субъект информационного влияния осуществляет сборку текста(ов), то потребитель начинает восприятие информации с деконструкции текста(ов): выбор элементов – распознавание элементов; соединение элементов – демонтаж целого на части, позволяющий понимать связи элементов в выделенных контекстах; задание логики конструирования целого в соответствии с целями – антиципация целей организации целого. Взаимодополняемость этих процессов предоставляет возможность осуществления информационного влияния, приводящего к «усвоению» фрагментов транслируемого дискурса. При этом непосредственное информационное влияние опосредовано социальным влиянием автора информации и индуцированным влиянием дискурса субъекта влияния, которые запускают процессы самоорганизации потребителя информации.

# ГЛАВА 5

# ИЗУЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ

*Задается понимание эффективности информационного влияния, соответствующее логике предлагаемой синергетической концепции информационного влияния. Приводятся примеры эмпирических исследований, иллюстрирующих различные способы определения эффективности информационного влияния.*

## 5.1. Результаты и эффективность информационного влияния

### *Результаты информационного влияния*

Исследователь анализирует процессы информационного влияния, опираясь на имеющуюся у него теорию, которая обусловливает понимание происходящих процессов. В рамках синергетической концепции информационное влияние рассматривается как деятельность по распространению информации с целью продвижения дискурса субъекта влияния. Потребитель подвергается воздействию информации, автора и его дискурса, которые предопределяют результаты информационного влияния. Исследователь, анализируя эти результаты, может ориентироваться на различный вклад влияющих факторов.

В теоретической модели информационного детерминизма подразумевается, что на потребителя воздействует «объективная» информация, оказывающая на него непосредственное (бессубъектное) влияние. В модели социального детерминизма потребитель, помимо воздействия информации, подвергается опосредованному влиянию ее автора. При анализе процессов информационного влияния следует учитывать действие двух факторов, когда результаты этого влияния могут объясняться, к примеру, не влиянием содержания информации на потребителя информации, а его неспособностью высказать другое мнение в

ситуации коммуникации, которая находится под контролем субъекта влияния. В этой ситуации продвижение дискурса субъекта влияния обусловлено представлениями о влиятельности субъекта и последствиями игнорирования его дискурса. В синергетической модели приходится учитывать воздействие трех факторов: информации, социального контекста ситуации коммуникации, инструмента коммуникации (предполагая, что дискурс потребителя информации в ситуации коммуникации может обновляться).

В стандартной ситуации повседневной жизни индивидуальный субъект опирается на сформированный в ходе социализации инструмент управления жизнедеятельностью – нормативный дискурс, который находится в состоянии динамического равновесия. Используя этот дискурс, субъект, уверенный в его возможностях, решает встающие перед ним жизненные задачи. Нарушения привычного состояния субъекта в нестандартных ситуациях приводят к сомнениям в «правильности» используемого дискурса и готовности субъекта вносить в него коррективы. Ситуативная привлекательность предлагаемого извне дискурса будет побуждать потребителя информации к присвоению его компонентов и апробации возможностей обновленного дискурса. Эта схема аутокоммуникации (целое, добавление фрагмента, проверка обновленного целого) будет воспроизводиться и в последующих коммуникациях субъекта. Потребитель информации в ходе взаимодействий с миром, применяя обновленный дискурс в разнообразных ситуациях, оценивает возможность его использования как усовершенствованного нормативного дискурса.

Изменения характеристик потребителя информации, его взаимодействий с миром, трансформации дискурсов потребителя и метасубъекта не всегда позволяют говорить об успешности информационного влияния. Дискурс как сложноорганизованная система находится в динамическом равновесии, флуктуации ее компонентов могут быть подпороговыми, в дальнейшем система возвращается в равновесное состояние. При последующих попытках продвижения дискурса субъекта влияния система может или увеличить амплитуду колебания

компонентов, или выработать «иммунитет» против разовых информационных акций с участием этого дискурса. Изменения дискурса могут быть отстрочены во времени, когда преодоление инерции самоподдерживающих процессов самоорганизации дискурса возможно благодаря кумулятивному эффекту многоразовых информационных воздействий, оказывающих латентное воздействие. Накопление подпороговых изменений со временем может привести к трансформациям структуры, что уже будет свидетельствовать о результативности информационной кампании.

Деятельность потребителя информации в соответствии с дискурсом субъекта влияния не всегда может означать присвоение фрагментов этого дискурса, их включение в нормативный дискурс. Потребитель осуществляет взаимодействие с миром в рамках некоторой роли. Включение фрагментов дискурса субъекта влияния в нормативный дискурс потребителя информации может быть обусловлено ситуативной значимостью для потребителя этой ролевой позиции. Снятие социального контроля может привести к прекращению этих действий. Демонстрация потребителем информации фрагментов дискурса субъекта влияния в своих взаимодействиях с миром может быть не столько результатом информационного влияния, сколько показателем социальной компетентности потребителя, когда он придерживается стандартов поведения в рамках принятых им социальных ролей. Объявить вслух о «голом короле» смог только социально незрелый субъект, которому не угрожали социальные санкции. Дискурс конструируется не только посредством коммуникаций, поэтому трансформации дискурса потребителя информации не всегда могут быть результатом только информационного влияния. Продвижение дискурса субъекта влияния обусловлено его усилиями по информированию потребителя информации, значимостью этого субъекта в социальной структуре, качеством предлагаемого дискурса.

Могут наблюдаться следующие изменения дискурса потребителя информации, вызванные включением фрагментов дискурса субъекта влияния.

Дополняется текст картины мира. Меняется набор ролей, что может приводить к трансформации модели социальной организации общества. Корректируется образ будущего, подразумевая изменения в целях и программе жизнедеятельности потребителя. Можно говорить, что стратегическая цель информационного влияния достигнута, когда потребитель не только усваивает фрагменты дискурса субъекта влияния и осуществляет деятельность в соответствии с ними, но и когда заложенные в дискурсе цели развития общества становятся одними из жизненных целей потребителя информации. Это, в свою очередь, позволяет оказывать влияние на организацию социетального дискурса.

Подлинные цели информационного влияния доступны только субъекту влияния, потребитель (и внешний наблюдатель) может лишь строить предположения. Декларированные субъектом цели информационного влияния вполне могут оказаться промежуточными целями, позволяющими манипулировать поведением потребителя информации. Так, под лозунгом «свобода слова» может скрываться как требование предоставления политическим субъектам равных прав при трансляции информации в информационном пространстве социума, так и требование ограничения контроля (со стороны общества) доступа к информационным источникам, позволяющим «сильным» политическим субъектам на корню скупать «свободные» СМИ как напрямую, так и через посредников.

Информационные воздействия вызывают изменения состояния потребителя информации, побуждают его к деятельности, порождают трансформации дискурсов потребителя. Анализ по отдельности изменений состояния, деятельности, планов потребителя информации может не дать целостного представления об успешности продвижения дискурса субъекта влияния. Изменение состояния потребителя информации не означает автоматического внесения корректив в его деятельность или программу жизнедеятельности. Действия потребителя в соответствии с транслируемым дискурсом могут оказаться ситуативными действиями, связанными с социальным давлением.

Изменения дискурса потребителя могут быть кратковременными, до тех пор пока он не наступил на грабли непредвиденных последствий. Результатом информационных воздействий могут быть медленно накапливающиеся кумулятивные изменения, приводящие к взрывным изменениям в жизнедеятельности общества вроде бы на ровном месте.

Решение о внесении изменений в дискурс принимает автор дискурса. Автором дискурса индивидуального субъекта является сам субъект. Носителем дискурса группы будет каждый индивидуальный субъект, входящий в ее состав, но вклад каждого субъекта в создание группового дискурса будет опосредован ее социальной структурой. Автором дискурса группы является система управления (лидер, элита), которая принимает решения и организовывает жизнедеятельность группы. Или дискурс группы задается извне, когда она является частью более сложноорганизованной структуры, но проводником ее дискурса является система управления группы. Эта система, как автор дискурса, будет оценивать привлекательность дискурса субъекта влияния и возможность внесения корректив в дискурс группового субъекта [Татенко, 2015].

Социетальный дискурс воспроизводится в жизнедеятельности общества, в организации его социальных коммуникаций, в аутокоммуникации. Для продвижения в обществе дискурса другого социума в нем должны появиться носители нового знания. Информационное влияние извне без появления внутри социума сторонников транслируемого дискурса ограничено в своих возможностях. Общество скатывается к воспроизводству традиционного дискурса на основе преемственности культуры, сохранения элементов привычного жизненного уклада, когда условия жизнедеятельности предполагают формы социальной организации, соответствующие этому дискурсу.

Продвижение в обществе дискурса другого социума предполагает следующие направления действий. Первое, смену обычного распорядка жизнедеятельности общества, в рамках которого функционируют его субъекты, изменение привычной системы социальных коммуникаций, внедрение носителей

инородного дискурса на всех уровнях социальной организации общества (индивидуальных субъектов, элит, государственных структур управления жизнедеятельностью социума). Второе, формирование у субъектов общества заниженной (само)оценки собственного социетального дискурса и завышенной (само)оценки инородного дискурса, что способствует групповому эгоизму сторонников отказа от собственного дискурса. Третье, представление истории общества как совокупности исторических обид между отдельными субъектами общества и постоянное муссирование этих страниц прошлого в пространстве социальных коммуникаций, появление у отдельных групп претензий на единоличное авторство социетального дискурса, отрицание исторической преемственности пути общества. Эти действия сопровождаются дискредитацией традиционного дискурса и его носителей, ведущих к разрушению управляемости общества, к деконструкции социетального дискурса и, в конечном итоге, к дезинтеграции общества.

Изучение результатов информационного влияния предполагает анализ происходящих с субъектом изменений (его характеристик, взаимодействий с миром, нормативного дискурса потребителя), то есть сравнение его показателей до и после влияния. В рамках синергетической модели организация исследования результатов информационного влияния должна учитывать действие трех факторов: влияния информации, социального контекста, дискурса субъекта влияния. Выявление изменений, происходящих с потребителем после воздействия информации, позволит оценить ее влияние. Изучение последствий информационного влияния на нескольких разнородных группах позволит принять во внимание влияние социального контекста. Выявить влияние дискурса субъекта влияния становится возможным при отслеживании изменений в организации дискурса потребителя информации во времени: оказались ли изменения элементов за пределами вариативности их области значений, появились ли изменения в позиционировании потребителей и в программах их

жизнедеятельности, насколько организация дискурса потребителей стала подобной организации дискурса субъекта влияния.

### *Эффективность информационного влияния*

Под эффективностью (от лат. effectus – исполнение, действие, от efficio – действую, исполняю) обычно понимается или результат деятельности, иногда в качестве такого рассматривается она сама, или сравнительная оценка деятельности [Кутлалиев, Попов, 2006; Тульчинский, 2001]. В последнем случае деятельность сравнивается с деятельностью других субъектов или эффективность рассматривается как относительный показатель качества деятельности, который характеризует соотношение между достигнутыми и ожидаемыми конечными результатами деятельности.

Деятельность проявляется в активности субъекта, вызывающей изменения в среде и приближающей его к достижению цели. Когда проделанная деятельность рассматривается в качестве показателя ее эффективности, выделенные параметры деятельности могут выступать показателями ее эффективности [Кутлалиев, Попов, 2006; Мескон и др., 1997; Тульчинский, 2001]. В соответствии с таким пониманием эффективность информационного влияния может анализироваться как проведенная субъектом влияния деятельность по продвижению дискурса (затраченные усилия), как полученные результаты, как достигнутые цели. Рассматривая эффективность как оценку деятельности, можно выявить три измерения оценки: оценивание проделанной деятельности, промежуточная оценка полученных результатов деятельности (произошедших и запланированных изменений среды), оценка возможности достижения конечных целей. Если по горизонтали отложить показатели деятельности, а по вертикали – возможные способы оценки деятельности, то можно построить развернутую структуру показателей эффективности деятельности (табл. 5.1).

Активность субъекта, связанная с организацией информационного влияния, оценивается количеством и качеством произведенной информации (знаковых

текстов, метатекста, гипертекста). Критериями эффективности могут служить количество произведенных текстов (их объем, рейтинги программ – известности, просмотра, доверия, длительность и количество просмотров и др.), охват аудитории (количество людей, получивших информацию), охват сегмента информационного пространства. Эти критерии могут рассчитываться на одного потребителя, на целевую аудиторию, на общество в целом, за определенный период времени, за информационную кампанию целиком. Методы проведения информационного аудита (массовые опросы, «панельные исследования», различные интервью, фокус-группы, мониторинговые исследования и др.) детально описаны в книгах специалистов в сфере социальных коммуникаций [Королько, 2001; Ольшанский, 2003; Почепцов, 1998].

*Таблица 5.1*

**Показатели эффективности деятельности**

| Эффективность как показатель деятельности<br>Эффективность как оценка деятельности | Затраченные усилия (субъекта влияния) | Полученные результаты (изменения среды) | Достигнутые цели (субъекта влияния) |
|---|---|---|---|
| Оценивание совершенной деятельности | Показатели проделанной работы | Полученные результаты | Достигнутые цели |
| Оценивание проделанной и запланированной деятельности | Показатели проделанной работы / Запланированная деятельность | Полученные результаты / Запланированные результаты | Достигнутые цели / Запланированные цели |
| Цена достигнутого (оценка возможности достижения конечных целей) | Затраченные ресурсы / Показатели проделанной работы | Затраченные ресурсы / Полученные результаты | Затраченные ресурсы /Достигнутые цели |

Результаты информационного влияния проявляются в изменениях характеристик и взаимодействий с миром потребителя информации, в трансформации его дискурса. В качестве потребителей информации могут быть рассмотрены индивидуальные субъекты, групповые субъекты, общество в целом. Исследователь, исходя из имеющихся у него ресурсов, самостоятельно выбирает подлежащие изучению индикаторы изменения выделенных параметров. Так,

эффективность антитабачной информационной кампании может быть обусловлена проявлением изменений состояния индивидуальных субъектов (улучшение здоровья, самочувствия), их социальных практик (попыток бросить курить, новый образ жизни) и убеждений (например, что курить вредно) [Зимбардо, Ляйппе, 2000]. Произошедшие с потребителем изменения не всегда говорят об эффективности информационного влияния, полученные изменения могут быть вызваны и другими факторами (влиянием социального контекста и процессами самоорганизации дискурса субъекта), о чем уже упоминалось выше. Вызванные изменения могут быть и кратковременными, когда они корректируются последующими воздействиями других субъектов влияния, или система, находящаяся в состоянии динамического равновесия, возвращается в первоначальное состояние.

Следует учесть, что полученные результаты (произошедшие изменения с потребителем информации) не всегда соответствуют запланированным целям, причиной чего могут быть некачественное выполнение планируемой деятельности, противодействие других субъектов, неучет побочных последствий. Например, просмотр кадров о жертвах террористических актов с места событий, помимо сочувствия жертвам, пробуждает и страх перед действиями террористов. В обществе можно как вызвать волну негодования, так и породить атмосферу страха.

Достижение целей информационного влияния обусловлено горизонтом планирования. Сдвиги в картине мира потребителя вполне возможны после единичных информационных воздействий. Изменение социальных практик потребителя, как правило, является результатом длительных информационных кампаний. Присвоение потребителем фрагментов дискурса субъекта влияния, ведущих к изменениям программы жизнедеятельности потребителя, обычно предполагает и изменения его социального контекста. Это является достаточно трудоемкой задачей, требующей немало времени. Достижение целей информационного влияния предполагает качество целеполагания субъекта

влияния: как в постановке конечных целей, так и в разработке путей продвижения к ним, создавая системы промежуточных целей.

Измерение эффективности может выступать в качестве оценки промежуточных результатов деятельности субъекта, когда проводится сравнение проделанной и запланированной деятельности. Планирование показателей информационного влияния будет обусловлено особенностями используемой субъектом модели информационного влияния исходя из имеющихся у него ресурсов. Если запланированная субъектом влияния программа деятельности не учитывает действия некоторых факторов, то даже выполнение всех планов может не позволить достичь намеченных целей.

Эффективность также может быть рассмотрена как оценка движения к запланированным целям деятельности, когда эта оценка служит основанием для осмысления возможности продолжения движения к запланированным конечным целям или необходимости внесения корректив в первоначальный план, вплоть до его отмены. Для субъекта влияния расчет эффективности промежуточных показателей деятельности выполняет функцию обратной связи в процессе достижения целей информационного влияния (оценка в оценке). Эта оценка может применяться для сравнения деятельности разных субъектов. Может выявиться, что затраченные ресурсы не стоят проделанной работы, полученных результатов и достигнутых целей: полученные результаты и достигнутые цели достаются дорогой ценой.

Существует ряд факторов, способных нивелировать эффективность деятельности по продвижению дискурса субъекта влияния: проблемы в организации информационной кампании, успешное противодействие оппонентов, изменение социального контекста, предполагающего коррекцию поставленных целей. В последнем случае происходит изменение значимости предлагаемого дискурса. В изменяющемся мире дискурс любого субъекта имеет локальную применимость, что предполагает возможность трансформации дискурса в процессе коммуникации и, соответственно, вероятные преобразования в организации

деятельности информационного влияния (ее цели и планы достижения). Соответственно будут претерпевать изменения и показатели эффективности этой деятельности.

В общем случае эффективность информационного влияния может быть рассмотрена как целостная оценка совершенной деятельности, как оценивание результатов промежуточной деятельности на пути к запланированной цели, как оценка возможности достижения конечных целей. Эффективность является относительной характеристикой, в зависимости от соотношения конкретных показателей, характеризующих деятельность субъекта влияния по продвижению дискурса, чувствительность аудитории к усилиям субъекта, возможность достижения целей воздействия. В зависимости от теоретических моделей исследователей информационного влияния существует множество показателей эффективности, методов их оценки и процедур измерения. Специальные показатели разрабатываются под конкретную кампанию, в зависимости от ее целей, аудитории, условий проведения, имеющихся ресурсов, сроков проведения, намеченных промежуточных и конечных результатов, возможностей мониторинга.

## 5.2. Изучение влияния информации на ее потребителей

В конечном итоге, основной мишенью информационного воздействия становятся ментальные структуры потребителя информации, когда происходит их коррекция в результате усвоения фрагментов дискурса субъекта влияния [Плющ, 2011d]. Продвижение дискурса предполагает изменение состояния потребителя информации, когда вследствие осознания неполноты собственного дискурса возникает необходимость его правки. Внесение изменений в организацию ментальных структур подразумевает, что эти изменения проявятся также в жизнедеятельности потребителя, в его коммуникациях с другими субъектами, в изменениях организации дискурса.

Об изменениях в жизнедеятельности свидетельствует появление новых социальных практик, которые могут вызывать смену жизненных планов. Изменения в коммуникациях прослеживаются в широком спектре – от использования фрагментов дискурса субъекта влияния в коммуникациях с другими субъектами до смены социальной роли, когда потребитель информации превращается в ретранслятора и соавтора дискурса субъекта влияния. Трансформации дискурса могут охватывать различные уровни его организации. Фрагмент дискурса субъекта влияния может быть структурным компонентом дискурса потребителя информации, потребитель может использовать этот фрагмент в рамках одной из ролей в определенных ситуациях, может использовать знание о нем для построения более полной картины мира.

Обычно результаты влияния рассматриваются во временной перспективе, что предполагает анализ происходящих с потребителем изменений, сравнение его показателей до и после влияния. Можно выделить непосредственные изменения его состояния в процессе коммуникации, трансформацию его деятельности за пределами ситуации коммуникации в соответствии с транслируемым дискурсом, смену целей жизнедеятельности как следствие преобразований его дискурса. Происходящие изменения изучаются с помощью выборочных или лонгитюдных исследований [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Інформаційний вплив …, 2011]. В первом случае сравниваются состояния субъектов в различных группах, подвергающихся и не подвергающихся влиянию. Во втором случае отслеживаются изменения во времени в одной группе респондентов, происходящие под влиянием соответствующей информации.

Изменение состояния субъекта под влиянием информации обусловлено особенностями психической организации потребителя информации. Получение информации вызывает физиологические изменения потребителя информации, в частности, нейрофизиологические, химические и физические реакции головного мозга, активацию моторных зон коры головного мозга, которые могут регистрироваться различными исследовательскими методами: функциональной

магнитно-резонансной томографией (фМРТ), электроэнцефалографией (ЭЭГ), магнитоэнцефалографией (МЭГ) и транскраниальной магнитной стимуляцией (ТМС) [Фаликман, 2015]. Может происходить синхронизация мозговой активности двух человек в процессе выстраивания взаимодействия. Другими показателями физиологического возбуждения могут выступать частота сердцебиения, электрическая активность кожи (потоотделение), частота дыхания и др. [Харрис, 2001]. К примеру, сексуальное возбуждение под влиянием просмотра порнографии можно оценить, измерив частоту сердцебиения, электрохимические характеристики кожи, набухание пениса или увлажнение влагалища. Просмотр фильмов ужаса или спортивных матчей вызывает такие физические изменения, как учащение дыхания и сердцебиения, реакции кожных покровов и блокирование альфа-волн, испускаемых мозгом [Харрис, 2001]. Широко известен пример массовой вспышки фотосенситивной эпилепсии разной степени тяжести у более чем 12 тыс. японцев в возрасте от 5 до 58 лет, обратившихся за медицинской помощью после просмотра анимационного фильма «Покемон» [Полат, 2004].

Помимо физиологических характеристик могут изменяться когнитивные (знания, представления в различных областях политики, экономики, культуры) и регуляторные (атрибуции, мотивы, ценностные ориентации, точки зрения, интересы, интенции, система ценностей и др.) характеристики [Публіцистика …, 2007]. Также может происходить активация когнитивных схем анализа информации (фрейминг, прайминг), когнитивных процессов обработки и интерпретации информации.

Когда потребители информации получают информацию-раздражитель с определенным значением, то мысли, связанные с определенными эмоциями, активируют соответствующие чувства и поведенческие реакции. Исследования показали, что печальные мысли могут вызывать уныние, а агрессивные мысли при определенных обстоятельствах могут порождать враждебные чувства или даже действия [Брайант, Томпсон, 2004]. Прочитывая информацию, аудитория

вынуждена ставать на заложенную позицию автора, и если нет явного отторжения этой позиции, потребитель присваивает фрагменты авторского дискурса. Например, социальная реальность, транслируемая в информации, постепенно становится нормативной картиной мира потребителя этой информации [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Інформаційний вплив …, 2011].

В процессе восприятия информации запускаются процессы аутокоммуникации, когда эмоциональные переживания, вызванные потреблением информации, обусловливают дальнейшие психологические процессы, такие как память, внимание, формирование установок и др., которые опосредуют длительные коммуникации [Брайант, Томпсон, 2004; Винтерхофф-Шпурк, 2007]. Эмоциональные переживания различают по степени их интенсивности и сложности организации. Выделяют базальные эмоции (например, злость, грусть, отвращение, беспокойство, стыд, симпатия, удивление, гнев); чувства, связанные с вызывающими их объектами (любовь, ненависть, радость, зависть, страх); аффекты, сопровождающиеся высокой степенью возбужденности (приступы бешенства, паники, радостное опьянение, эйфория) [Брайант, Томпсон, 2004; Винтерхофф-Шпурк, 2007]. Испытываемые при получении информации эмоции – это продукт как физического состояния субъекта в процессе взаимодействия с информацией, так и когнитивной оценки этого состояния [Харрис, 2001]. Например, страх у потребителей информации, особенно у детей, как правило, связан с демонстрацией фильмов ужасов и репортажами о неприятных или пугающих реальных событиях. Вместе с тем у зрелых потребителей информации страх изоляции от группы может оказаться важнее собственной оценки информации [Ноэль-Нойман, 1996]. Культивирование у потребителей информации соответствующих эмоциональных состояний (тревожности, враждебности, депрессии) или, наоборот, притупление чувствительности может быть отдельной задачей информационного влияния [Коровин, 2013; Лифтон, 2005].

Если в роли потребителя информации рассматриваются групповые субъекты, то результатами информационного влияния могут выступать следующие характеристики группы: изменения, происходящие с субъектами, составляющими группу; групповые связи, способствующие сплоченности групп или групповой поляризации; дискурс группы. Если в качестве потребителя информации рассматривается общество, то информационное влияние может проявляться в организации социума, его консолидации или дезинтеграции; в общественном мнении, выражающем доверие или недоверие существующим социальным институтам; в организации социетального дискурса [Брайант, Томпсон, 2004; Публіцистика …, 2007].

Под влиянием информации могут изменяться не только отдельные характеристики субъекта, но и способы его взаимодействия с миром. Могут активироваться уже сформированные модели действий и конструироваться новые формы, включающие фрагменты транслированных действий. Выделяются три основных направления изучения влияния информации на способы поведения потребителей информации:

- действия потребителей информации в соответствии с транслируемым дискурсом (в частности, покупка рекламируемых товаров, голосование за кандидата, пожертвования, оказание помощи, сотрудничество, альтруистическое поведение и т.п.);

- действия потребителей информации как побочный результат, не предполагаемый субъектом влияния;

- действия потребителей информации в условиях конкуренции разнонаправленных дискурсов [Брайант, Томпсон, 2004; Публіцистика …, 2007; Харрис, 2001].

Реклама, паблик рилейшнз направлены на побуждение индивидов к действиям, к изменению поведения [Грачев, 2004; Публіцистика …, 2007], поэтому рекламные кампании служат хорошим примером социального моделирования поведения. Частным случаем коммерческой рекламы является

политическая и предвыборная реклама как пример желательного и намеренного программирования электорального поведения [Брайант, Томпсон, 2004; Винтерхофф-Шпурк, 2007]. Другим примером могут быть детские развлекательные программы, которые оказывают просоциальное или позитивное действие: речевые навыки, грамотность, решение математических и логических задач, гражданское самосознание – в этих и других сферах было отмечено положительное воздействие образовательных программ для детей [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Харрис, 2001].

Интерпретация информации предполагает реконструкцию позиции автора, реконструкцию его оценок моделей поведения, предложенных в информации. По различным причинам эта позиция автора может не вызывать интерес у потребителя информации, и тогда происходит усвоение образцов поведения, оцениваемых не так, как запланировал автор информации. Примером может быть изучение агрессивного поведения как результата непреднамеренного и нежелательного влияния информации с элементами насилия. Потребители, которые наблюдают за изображениями насильственных действий, обучаются образцам поведения, которые могут использовать много позже [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Харрис, 2001]. Информационное воздействие сексуально откровенных материалов в СМИ может вести к серьезным социальным проблемам, таким как сексуальное насилие и сексуальные преступления [Брайант, Томпсон, 2004].

Когда призывы к действиям, заложенные в информации, предполагают смену привычного алгоритма действий потребителя информации, то потребителю приходится действовать в условиях конкуренции дискурсов, что может вызывать у него определенные затруднения. Пример – призывы к отдельным видам просоциального поведения: к здоровому образу жизни, к отказу от курения, к занятиям физкультурой или к использованию ремней безопасности во время поездок на автомобиле [Брайант, Томпсон, 2004; Харрис, 2001]. В этом случае влияние информации опосредовано другими факторами, в частности, критериями

привлекательности дискурсов, которые могут быть обусловлены как ситуацией коммуникации, так и значимостью предлагаемых социальных ролей для жизнедеятельности потребителя.

Иногда влияние информации может приводить к значительным переменам в жизнедеятельности потребителя информации. С появлением новых видов деятельности он осваивает новые социальные роли и может вносить коррективы в собственную программу жизнедеятельности. Целью информационного влияния государственных институтов любого социума является воспитание сознательного гражданина этого общества. Информационное влияние организаций, от деструктивных сект до политических движений, подразумевает обращение вновь приобщенных в пропагандируемую веру, когда просвещаемые становятся сторонниками дискурса этой организации и начинают заниматься его распространением [Зимбардо, Ляйппе, 2000].

В литературе приводится пример информационной кампании Барака Обамы во время президентских выборов в США в 2012 г., в ходе которой менялась функция индивидуального субъекта в обществе, когда обыкновенный гражданин, участвующий в выборах, из потребителя информации становился ретранслятором и соавтором дискурса политической силы [Джо Роспарс, 2009]. В этой кампании был предложен новый формат участия рядовых граждан в политике, при котором команда кандидата выступила координатором усилий людей, поддерживающих кандидата, и объединила их. Участие в избирательной кампании рядового избирателя стало способом его самореализации в продвижении «прогрессивного» дискурса. Организация такой информационной кампании стала возможной, когда интеграция цифровых технологий, возможностей интернета и обычной медиа-кампании позволила не столько агитировать, сколько вести диалог с миллионами людей с помощью новых средств коммуникации: YouTube, электронной почты, блогов, Facebook [Почепцов, 2015].

Эмпирическое изучение процессов информационного влияния направляется теоретической моделью коммуникации, имеющейся у исследователя. В рамках

этих моделей процессы информационного влияния, которые может отследить исследователь, определяются как функция независимых переменных: входных (структурированная информация), процессуальных (особенности процесса коммуникации) и выходных (изменения в жизнедеятельности потребителя информации). Эти переменные, в свою очередь, могут иметь сложную организацию.

Информация как модель некоей области действительности (являющаяся артикулированным фрагментом дискурса субъекта влияния) развертывается в виде знаков текста, его смыслов и целей автора. Она может передаваться по различным каналам, когда паралингвистические (скорость речи, тембр, модуляции, громкость голоса и др.) компоненты речи коммуникатора и его визуальные характеристики (жесты, поза, лицевые экспрессии, движения глаз, визуальный контакт и даже одежда и макияж) оказывают влияние на восприятие информации [Публіцистика …, 2007; Харрис, 2001]. Имеет значение и организация информации, когда ее содержание передается с помощью единственного сообщения, совокупности сообщений (метатекста) или транслируется различными субъектами информационного пространства.

Помимо информации на потребителя оказывает воздействие организация социального контекста ситуации коммуникации, которая может предполагать дублирование информации по различным каналам. Вместе с тем потребители выбирают информацию избирательно, исходя из собственных возможностей и представлений. Понимание информации обусловлено сложностью ментальной организации потребителя, интерпретирующего информацию. В зависимости от того, на какую модель принятия решений опирается исследователь, какие этапы в этом процессе он выделяет, будет организовано изучение влияния информации и будут делаться выводы о том, каким образом потребитель принимает решение о привлекательности информации и необходимости внесения изменений в собственную картину мира.

Изучение изменений в жизнедеятельности потребителя, вызванных влиянием информации, опять же будет зависеть от того, какие, по мнению исследователя, стороны жизни потребителя доступны изменениям под воздействием информации. Исследователь, исходя из стоящих перед ним задач, будет определять, какие изменения состояния субъекта, его привычных видов деятельности, его дискурса необходимо подвергнуть изучению.

Эмпирическое изучение доказательств информационного влияния при длительных информационных воздействиях, помимо воздействия самой информации, должно учитывать действие других сил – изменений социального контекста (поменявшихся условий жизнедеятельности) и возможности саморазвития дискурса субъекта за этот временной промежуток. Поскольку независимые переменные (информация, контекст коммуникации, потребитель) представляют собой функции переменных более низкого порядка, эмпирическое изучение процессов информационного влияния является достаточно сложной задачей (функция от функций переменных). В режиме реального времени в изменяющемся мире изменяющихся субъектов точное моделирование процессов информационного влияния – недостижимая задача, потому что происходит непрерывное обновление данных и добавляются новые влияющие обстоятельства. Исследователю приходится ограничиваться редуцированной моделью (ограниченное число данных для конкретной ситуации), где влиянием некоторых переменных можно пренебречь. При этом у него всегда есть риск упустить переменные, важные для потребителя, но которые представляются исследователю несущественными. В этом случае прогнозирование результатов информационного влияния носит вероятностный характер.

### 5.3. Исследования трансформаций дискурсов групповых субъектов

При эмпирическом изучении процессов информационного влияния, когда это влияние рассматривается как продвижение дискурса субъекта влияния, можно

оценивать не промежуточные результаты деятельности, а достижение целей субъекта влияния. Исследователя будут интересовать не столько изменения, происходящие с потребителем, сколько характер этих изменений, насколько его дискурс уподобляется дискурсу субъекта влияния. При расширенном понимании информационного влияния, когда в качестве потребителя информации рассматривается общество в целом, целью субъекта влияния становится социетальный дискурс социума, представляющий собой интегративный дискурс групповых субъектов общества.

Изучение дискурса как ментальной конструкции различной сложности обусловлено его теоретической моделью, имеющейся у исследователя. Реконструкция дискурса относится к качественным исследованиям, когда корректность выбора конкретных методов и методик исследования будет основываться на концептуальной состоятельности модели изучаемого явления в рамках используемой методологии. В синергетическом понимании дискурс включает в себя картину мира, автора и его цели жизнедеятельности.

Исследователь, задавая группу респондентов (носителя дискурса), имеющих схожие цели, и реконструируя их картину мира, может построить модель дискурса этой группы. Одним из способов моделирования текста картины мира могут быть психосемантические исследования. Использование психосемантических методов позволяет реконструировать категориальные структуры индивидуального сознания, которые выступают в качестве системы координат и предоставляют субъекту возможность ориентироваться в окружающей действительности как наполненной для него смыслом реальности. Построение семантического пространства является переходом от базиса большей размерности (признаков, заданных шкалами) к базису меньшей размерности (категориям-факторам) [Петренко, 2005]. Семантическое пространство является индикатором дискурса, если исследователь способен «снять показания» и проинтерпретировать их. Методика субъективного шкалирования, как одна из психосемантических методик, представляет собой набор признаков, по которым

оцениваются некоторые объекты [Петренко, 2005]. Применение образов стран в качестве объектов оценивания позволяет определить особенности конструирования социетального дискурса. С помощью методики субъективного шкалирования образов стран был проведен ряд исследований, направленных на изучение трансформаций дискурсов групповых субъектов [Лісневська, 2011а; Лісневська, 2011б; Плющ, 2013а; Плющ и др., 2014; Плющ, 2012е].

Сложность организации семантического пространства приводит к тому, что оно не является жесткой, неизменяемой конструкцией, а находится в состоянии динамического равновесия. Может изменяться его структура, когда варьируют количество факторов, их смысловое наполнение, вес факторов и признаков, входящих в факторы. Как указывает В.В. Петренко, геометрические модели семантических пространств дают компактную, высокоструктурированную, визуализированную форму репрезентации «имплицитных моделей личности» в терминах Дж. Брунера, П. Тагиури или «социальных репрезентаций» в терминах С. Московичи, или «психологической реальности» В.П. Зинченко [Петренко, 2002]. Становится возможным фиксирование смыслов субъекта по отношению к анализируемым объектам (в нашем случае – странам), находя координаты их значений в рамках семантического пространства. Смыслы субъекта по поводу объектов некоторой содержательной области (коннотативных значений), представленные в форме координатных точек в семантическом пространстве, не описывают некий объект анализа, а представляют ориентировочную основу для понимания логики одного субъекта другим [Петренко, 2010].

Особенности группирования стран и их позиционирования позволяют исследователю реконструировать логику конструирования социальной реальности и понять роль стран. Сопоставив имеющиеся цели субъекта, участвующего в исследовании, и особенности позиционирования его собственной страны в сконструированной реальности, можно будет реконструировать логику ее «поведения». Эта логика (смыслоконструирования) присуща субъекту как выразителю дискурса одной из социальных групп.

В рамках дискурса задается некая нормативная картина мира, чья структура находится в динамическом равновесии. Образы стран не имеют жесткой привязки к конкретной точке семантического пространства, а «дрейфуют» в некоторой области. Следствием этого является то, что каждая страна (ее образ) занимает некоторую (размытую) область в семантическом пространстве. Флуктуации конструктивных элементов семантического пространства под целенаправленным воздействием могут вызывать изменения в его организации. Вследствие этого становятся возможными различные способы группирования стран, приводящие, в свою очередь, к изменениям логики позиционирования стран. Изменения позиционирования образов отдельных стран будут отвечать иной логике конструирования реальности, что вместе с изменениями в позиционировании собственной страны может вызывать преобразование логики «поведения» (программы жизнедеятельности) страны, означающее коррекцию дискурса.

Предоставление новой информации вызывает нарушение динамического равновесия организации семантического пространства. Единичные информационные воздействия обычно находятся в «подпороговой» зоне воздействия, позволяя «расшатывать» устойчивость существующей структуры семантического пространства и наметить движение образа страны в желаемом направлении [Лісневська, 2011а]. Последующая информация того же плана позволяет закрепить происходящие преобразования. Неустойчивость состояния образа страны позволяет осуществлять его сдвиги в пространстве, изменяя логику позиционирования стран. Чтобы добиться желательных изменений в сформированной семантической структуре, обычно предполагаются многочисленные информационные воздействия или единичное воздействие, обладающее значительным потенциалом влияния. Изменение позиции страны и/или логики позиционирования стран могут вызывать преобразования не только семантического пространства, но и социальной позиции автора, когда он становится выразителем дискурса другой социальной группы.

Ниже приведены ссылки на исследования организации дискурсов групповых субъектов. У взрослых субъектов, большинство из которых имеет несколько жизненных ролей, отличающихся моделями социальной реальности, наблюдается многомерная организация семантического пространства [Лісневська, 2011б; Петренко, 2010]. У студентов, большинство которых не имеет опыта самостоятельных жизненных ролей, отмечена более простая организация семантических пространств, которая облегчает их интерпретацию [Лісневська, 2011б; Плющ, 2011а]. Социализация подрастающего поколения направлена на усвоение молодыми людьми нормативного социетального дискурса общества. Студенты воспроизводят социетальный дискурс пространства социальных коммуникаций или дискурс одного из его групповых субъектов, присутствующих в этом пространстве. У студентов в целом уже сформирована картина мира, они имеют достаточный запас знаний, поэтому в отдельных случаях могут выражать ментальность своего общества [Петренко и др., 2012]. В связи с вышесказанным, исследуя дискурс групповых субъектов, есть смысл задействовать в этих исследованиях студентов – их данные позволяют конструировать более простые и наглядные модели семантического пространства, которые в большинстве случаев не предполагают трудностей с их интерпретацией.

Было выявлено, что у студентов, придерживающихся дискурса политических субъектов, целью которых является вступление в международные организации, образ этих организаций находится в привлекательной области семантического пространства, располагаясь по направлению движения образа их страны к образу идеальной страны [Плющ, 2011b; Плющ, 2013e]. Выбор этого дискурса основан на понятной логике: вступление в международную организацию будет способствовать достижению образа идеальной страны.

Особенности группирования стран в семантическом пространстве, выделенные на основе кластерного анализа, могут указывать на предпочитаемую модель мироустройства, соответствующую одному из дискурсов глобализации. Например, у студентов Украины было выявлено предпочтение модели

однополярного мира, тогда как у студентов России – модели многополярного мира [Плющ, 2012b; Плющ, 2016a]. В данном случае, помимо влияния информации пространства социальных коммуникаций, студенты при конструировании модели мироустройства могли проецировать модель устройства своего государства: социальные практики одних студентов осуществляются в рамках унитарного государства, у других – федеративного.

Собственный жизненный опыт знакомства с другими странами дополняет информацию пространства социальных коммуникаций, в рамках которой транслируется нормативный социетальный дискурс, влияя на организацию картины мира и на особенности позиционирования образов стран. Это было обнаружено при рассмотрении позиционирования образа соседней страны, которую одна часть студентов посещала, а другая – нет. Студенты, придерживающиеся дискурса одного политического субъекта, конструировали образ соседней страны различными способами: одни ориентировались только на информацию пространства социальных коммуникаций собственной страны, другие, имеющие возможность посещать эту соседнюю страну, могли дополнить информацию о ней своими впечатлениями. Оказалось, что в семантических пространствах этих групп образы этой страны были несколько смещены. Эти изменения в позиционировании привели к выделению иных кластеров группирования стран, породив различную логику конструирования модели мироустройства в этих группах [Плющ, 2016c].

Информационное влияние может приводить не только к усложнению, но и к упрощению структуры семантического пространства, например, когда организация коммуникации (групповой дискуссии) не предусматривает создание совместного дискурса участниками коммуникации [Плющ, 2009c]. У участников дискуссии, отстаивающих дискурс группового субъекта, принадлежность к которому они выбрали заранее, может происходить когнитивное торможение. Они выстраивают фильтры селективного восприятия информации, ориентируясь только на собственные взгляды и ту информацию, которая больше соответствует

их убеждениям, не воспринимая альтернативную информацию [Чалдини, 2010]. Если человек чувствует угрозу со стороны иных способов интерпретации жизни, его система конструктов может становиться простой, ригидной и жестко фиксированной [Келли, 2000; Левин, 2000]. Это приводит к известному феномену групповой поляризации, когда дискуссия в группе радикализирует изначальные установки ее участников [Рубин и др., 2001; Зимбардо, Ляйппе, 200; Майерс, 2013]. При отсутствии опыта совместной деятельности с инакомыслящими столкновение с другой точкой зрения и возникающие при этом противоречия могут разрешаться путем усиления своих первоначальных убеждений [Нисбет и др., 2011; Плющ 2012d].

С помощью информационных воздействий, задавая организацию объектов семантического пространства (позиционирование стран, способы их группирования, привлекательные области как возможные аттракторы), можно, размещая образ страны в определенной области пространства, влиять на потребителей информации и их цели. Было обнаружено, что у лиц, не предполагающих эмигрировать, образ своей страны расположен в кластере более успешных и менее воинственных стран и находится вблизи образа идеала, а у лиц, декларирующих намерения об эмиграции, – в кластере менее успешных и более воинственных стран на далеком расстоянии от образа идеала. Это проявилось у студентов разных стран [Плющ и др., 2014; Плющ и др., 2017]. Если реконструировать ход их мыслей по поводу жизненных планов, то логика студентов, предполагающих эмиграцию, вполне очевидна: если образ собственной страны далек от образа идеала, то для нормальной жизни надо стремиться жить в более успешных странах, которые располагаются ближе к идеалу [Плющ, 2012c].

Вступление индивидуальных субъектов в самостоятельную жизнь приводит не только к усложнению организации дискурса, но и к переоценке качества собственного дискурса, к постановке новых жизненных целей [Плющ, Кирилина, 2016]. У индивидуальных субъектов, включенных в многообразие социальных

практик, появляется опыт конструирования дискурса в различных социальных ролях и опыт согласования различных версий дискурса, что может вызывать изменения в организации дискурса. В зрелом возрасте при конструировании дискурса субъект начинает опираться на собственный жизненный опыт в социально значимых ролевых позициях, а значимость дискурсов пространства социальных коммуникаций, включая информационное пространство, может уходить на второй план.

В исследовании, в котором принимали участие работающие студенты-заочники, имеющие, как минимум, две ролевые позиции, отмечено, что в этой группе студентов, в отличие от студентов дневного отделения, число потенциальных эмигрантов резко уменьшается и возрастает число граждан, не предполагающих эмиграцию [Плющ и др., 2014]. Значительное количество молодых людей, приобретая собственный опыт жизнедеятельности, трансформировали дискурс, корректируя образ своей страны в лучшую сторону и меняя свои намерения выехать из страны. Исходя из того, что логика позиционирования своей страны в рамках сконструированных семантических пространств и у потенциальных эмигрантов, и у лиц, не предполагающих эмиграцию, осталась прежней, именно характер включенности в социальные связи стал причиной переоценки качества собственного дискурса и реконструкции содержания картины мира.

Изменение критериев качества дискурса, когда потребители информации могут пересмотреть качество собственного дискурса, может приводить к выбору дискурса других политических субъектов [Плющ, 2018а]. Эти субъекты могут предлагать иные стратегии развития общества, осуществление которых, по мнению потребителей, будет предоставлять для них возможность самореализации. Степень распространенности дискурсов позволяет судить об эффективности информационных кампаний по продвижению этих дискурсов в пространстве социальных коммуникаций.

Изучение возможности достижения целей, приписываемых субъекту информационного влияния, предполагает, помимо анализа изменений в организации дискурса аудитории, рассматривать траекторию его движения в фазовом пространстве дискурсов субъектов общества для выявления подобия организации дискурсов субъекта влияния и потребителей информации. Это предполагает, во-первых, отслеживание динамики изменений дискурса потребителей информации, во-вторых, анализ характера этих изменений: ведут ли они к достижению цели, к подобию дискурса потребителей информации дискурсу субъекта влияния. В этом разделе приведены примеры исследований трансформаций дискурсов групповых субъектов, которые иллюстрируют возможность изучения эффективности информационного влияния как продвижения дискурса субъекта влияния.

## Выводы к пятой главе

Предложено эффективность информационного влияния рассматривать как оценку деятельности субъекта влияния по продвижению его дискурса. В зависимости от контекста анализа эта оценка представляет собой целостную оценку проделанной работы, оценивание результатов промежуточной деятельности на пути к запланированной цели, оценку возможностей достижения конечных целей.

Выявлено, что исследование эффективности как оценки деятельности субъекта влияния по продвижению его дискурса включает в себя анализ: затраченных усилий субъекта влияния, полученных результатов (изменений, произошедших с аудиторией), достигнутых целей.

Приведен ряд факторов, способных нивелировать эффективность деятельности по продвижению дискурса субъекта влияния: проблемы в организации информационной кампании, успешное противодействие оппонентов, изменение значимости предлагаемого дискурса.

Заявлено, что эмпирическое изучение результатов информационного влияния, обусловленных воздействием независимых переменных (информации, организации социального контекста коммуникации, изменяющегося дискурса аудитории), представляющих собой функции переменных более низкого порядка, является достаточно сложной задачей (функция от функций переменных). В режиме реального времени исследователю приходится ограничиваться редуцированной моделью информационного влияния, в таком случае прогнозирование его результатов носит вероятностный характер.

Показано, что изучение эффективности как возможности достижения целей субъекта влияния предполагает анализ траектории движения дискурсов потребителей информации в фазовом пространстве дискурсов субъектов общества. Приведены примеры исследований трансформаций дискурсов групповых субъектов, которые иллюстрируют возможность изучения эффективности информационного влияния как продвижения дискурса субъекта влияния в организации социетального дискурса.

# ГЛАВА 6
# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

*Приводятся примеры использования технологий информационного влияния как деятельности по конструированию текстов различной природы: физической, социальной, ментальной. Рассматриваются основные направления обеспечения информационной безопасности общества.*

## 6.1. Информационное сопровождение как компонент технологий социального проектирования

### *Технологии социального проектирования*

Под технологией будем понимать обусловленный состоянием знаний способ достижения цели, представленной в виде конкретного явления [Лем, 2002]. В наиболее обобщенном виде выделим технологии как деятельность субъекта по конструированию текстов физической, социальной, ментальной природы. Выделенные «идеальные» типы технологий (производственные, социальные, ментальные) соответствуют трем измерениям функционирования субъекта и кардинально отличаются по своей природе. В конкретной сложноорганизованной деятельности эти технологии совмещены в единое целое, и их выделение возможно только в целях теоретического анализа. Технология – это деятельность по производству продукта, деятельность по организации процесса производства, деятельность по планированию достижения целей.

В концепциях постиндустриального общества утверждается, что благодаря преобразованию машинных технологий в интеллектуальные происходят изменения и в политической системе, когда источники новаторства сосредоточиваются в интеллектуальных институтах [Белл, 1999; Иноземцев, 2000; Малинецкий и др., 2011]. В эпоху постмодерна усиливается воздействие

информационных технологий на все сферы человеческой деятельности, углубляются процессы децентрализации общества, отмечается повышение значимости интеллектуальных составляющих жизнедеятельности. Происходит переход к рассмотрению социальных технологий не только как социальных практик модернизации общества, но и как системы знаний об обществе и путях его развития, на основании которой вырабатывается конкретная программа действий [Головин и др., 2009].

В основе социальных технологий лежит предложение социального проекта, обеспечивающего устойчивое развитие общества с целью раскрытия личностного потенциала его субъектов и конкурентоспособности социума как целостной организации в результате процессов межсубъектных коммуникаций. Социальные проекты (экономические, политические, культурные) рассматриваются как научно обоснованные «предложения модернизации общества с целью обеспечения оптимальных условий для возникновения, внедрения и совершенствования социальных нововведений, предполагающих целенаправленное изменение социальных институтов» [Тощенко, 2001]. Суть социального проектирования состоит в реконструкции существующих и/или появлении новых социальных объектов, компонентов инфраструктуры общества, концептуальных моделей будущего устроения социума [Луков, 2003; Луков, 2007; Прогнозное …, 1994; Тощенко, 2001]. Общество должно обеспечивать возможность как артикуляции различных взглядов, так и объединения этих взглядов в интегративном социетальном дискурсе, если они доказывают свою состоятельность.

В основе всякого социального проекта лежит исходное представление о смысле и назначении предлагаемого нововведения, а значит, он основывается на определенной философской и социологической концепции мира и человека, даже если это не отражено в технологической документации. Исходные вопросы социального проектирования – какие состояния желаемы и какие ресурсы есть для их достижения – в современных условиях раскрываются иначе, с иными

акцентами и оттенками, чем еще 15–20 лет назад [Луков, 2007]. В современных технологиях социального проектирования происходит смещение конструирования желаемых состояний будущего в этическую сферу. Цели проектирования могут быть определены «только после исследования ценностей, после определения будущей ценностной среды, нового ценностного мира, в который впишется реализованный проект» [Прогнозное …, 1994]. Данный подход предусматривает перенос центра тяжести с фактов «целедостижения» на способы достижения целей (вопросы: как, за счет чего, какой ценой, т. е. с какими издержками предполагается достичь результата, отсюда – внимание к социальным коммуникациям заинтересованных субъектов, которые могут изменить приоритеты развития). Достижение любого результата составляет относительную ценность, и все больше принимаются во внимание последствия достижения результатов, то, какой ценой они достигнуты.

В рамках индустриального общества понимание эффективности технологий, и в частности технологий социального проектирования, исходило из оценки успешности проекта по показателям экономической эффективности (соответствия его окончательной стоимости объему выделенных ассигнований, размеров экономии и прибыли и т.д.). Но такой подход малоприменим в современном изменяющемся мире, когда любые действия несут побочные последствия. Это приводит к тому, что с течением времени меняются критерии оценивания эффективности, меняется ценность достижения конечного состояния. Осознание опасности для судьбы человечества деятельности, выходящей за пределы экологически допустимых границ, определило решительный перелом в концепции проектирования социальных нововведений и оценке социальных проектов.

Социальный проект не должен разрушать устойчивость общественного развития – эта концептуальная установка способствует заданию экологически ориентированных параметров при оценке социальных проектов [Луков, 2007]. Разработка этих параметров должна учитывать, во-первых, мультипликационный

характер любого социального нововведения, так как в условиях информационного общества, несмотря на локальность инноваций, информация о них становится доступной многим, как бы ни были скромны задачи проекта и какой бы малой общности он ни был адресован. Во-вторых, при разработке параметров должна учитываться относительная ценность предлагаемых проектов: в современном быстроизменяющемся мире необходимо быть готовым к новым вызовам – то, что было необходимым вчера, не всегда оказывается полезным сегодня. В-третьих, важным является понимание кумулятивной природы последствий, к которым ведут социальные нововведения. Изменения, порождаемые успешной реализацией проекта, нарастают и со временем могут пересечь экологическую границу, за которой положительные последствия нововведения будут перевешиваться его негативными последствиями. В связи с этим социальные инновации должны быть ограничены а) в масштабе, б) в ресурсах, в) во времени. Это предполагает оптимизацию социально-проектной деятельности, ее контроль со стороны не только государства, но и общественности. Идея участия общества в выработке и принятии решения по социальным проектам, в недопущении произвольных решений властей, администраций всех уровней или частных лиц стала одной из общепринятых основ практики технологий социального проектирования во многих странах [Луков, 2007; Прогнозное …, 1994].

Технологии социального проектирования являются частью изменяемого мира и также трансформируются в ходе их реализации. Основной целью социального проектирования становится не столько конечный результат (построение проектов, например, «капиталистического», «демократического», «коммунистического» обществ), сколько обеспечение преемственности развития зрелого общества, сохранения управляемости общественной системы, возможности коррекции промежуточных целей. Происходит сдвиг в сторону делиберативной, или коммуникативной, демократии, в рамках которой диалог и взаимопонимание по важности опережают прагматическое решение проблем [Хабермас, 2003]. Если прибегнуть к терминологии теории игр, то в социальных

коммуникациях должны быть сведены к минимуму антагонистические стратегии, или игры с нулевой суммой, когда один выигрывает столько, сколько проигрывает другой [Рубин и др., 2001]. Предполагается, что конструирование совместного социального проекта, несмотря на разнообразие возможных точек зрения, должно быть ориентировано на достижение совместного дискурса (и его сохранение при постоянном обновлении в Духе Августина – «в главном единство, в деталях разнообразие, во всем любовь») как основного фактора солидарности и стабильности групп и общества в целом.

***Информационное сопровождение технологий социального проектирования***

В информационную эпоху стремительно развиваются методы управления обществом, подразумевающие информационное сопровождение технологий социального проектирования на всех этапах их реализации [Анохин, 2000; Петров, 2007; Соловьев, 2009]. Например, конструирование потребностей потребителя, которое является одним из двигателей современной экономики, предполагает широкое использование гуманитарных и коммуникационных технологий (маркетинг, брендинг, пиар, реклама и т.д.) [Энджел и др., 2000].

В условиях постиндустриального общества становится все больше субъектов социального управления, стремящихся отстаивать свои интересы. Легитимность общественных порядков и институтов становится все более зависимой от процедур обоснования и аргументации, связанных с коммуникативными практиками. В таком обществе на первый план выходят коммуникативные методы управления, подразумевающие переход к самоорганизации субъектов общества на основе совместно конструируемого социетального дискурса.

Претензии на универсальность и исключительность предлагаемого дискурса отвергают возможность взаимодействия субъектов коммуникации, вынужденных опираться только на один из имеющихся дискурсов. Гомогенизация культурного

контекста, в рамках которого функционирует социетальный дискурс, ведет к ограничению потенциала общества по решению вызовов истории. Готовность к пониманию иных точек зрения позволяет углубить имеющиеся знания и ведет к синергетической коммуникации, к обновлению собственного и конструированию сложноорганизованного интегративного дискурса.

Переход к информационному обществу во многом связывается с порождением интерактивных информационно-коммуникативных сред, позволяющих трансформировать социетальные дискурсы [Лепский, 2010]. Достижения в области новых технологий, на которых основывается функционирование информационного общества, во многом изменили характер социальных коммуникаций. В информационном обществе телевидение, видео, компьютеры, масс-медиа, электронные сети образуют виртуальные пространства, в которых человек черпает новые информационные ресурсы и смыслы, узнает себя и окружающих людей [Астафьева …]. В мозаичной культуре, как отмечал А.Моль, «знания формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации» [Моль, 2008]. Информационное пространство (глобальный гипертекст) становится основным источником информации об окружающем мире, истории, мировоззренческих проблемах и основным полем деятельности человека (в силу ее интеллектуализации).

Для многих субъектов формирующаяся с помощью технических средств виртуальная реальность из инструмента и канала получения информации становится средой пребывания, значимость которой постоянно возрастает и которая пытается казаться более реальной, чем среда жизнедеятельности. Это приводит к тому, что традиционный дискурс, культивируемый в обществе, теряет свои привлекательность и убедительность, а информация влияет более непосредственно и сильнее, чем сама реальность. Создаётся почва для симуляционных технологий виртуальной реальности, когда искусственно созданные образы становятся важнее людей, их отношений, поступков, и социальные конфликты начинают возникать не по поводу жизненных ресурсов, а

из-за символических конструкций («демократия», «европейский выбор», «общечеловеческие ценности», «права человека», «свобода»), не привязанных к конкретным историческим условиям. С помощью этих технологий становится возможным централизованно управлять социальными процессами и программировать как общественное, так и индивидуальное сознание. Общественная жизнь заменяется виртуальным сетевым социумом, который представляет собой общность индивидуальных субъектов без территории, без иерархической структуры и традиционной культуры. Коммуникации внутри этой сети зависимы от скрытого субъекта управления, который, используя технологические возможности, может контролировать процессы конструирования дискурса сети.

Транслируя привлекательную картину жизни некоего общества, можно влиять на индивидуальных субъектов других обществ, которым доступна эта информация [Никитин, Чудновский, 2011]. Реалии жизни во многих странах совершенно расходятся с завышенными запросами и ожиданиями молодых людей, сформированными СМИ и «масскультурой» на основе образцов других стран, вызывая чаще всего неосуществимые социальные амбиции и подрывая основы существующего в конкретном обществе порядка [Запесоцкий, 2013]. Соблазнительность стиля жизни превратилась в ведущий параметр оценивания экономической и политической культуры, способствующий возрастанию роли ментальных технологий. Именно область конструирования смыслов и целей жизнедеятельности становится ареной соперничества для ряда центров силы современного мира. Коммуникативные сети вполне могут ставать (и стают, как показывает «арабская весна») инструментом социального взаимодействия субъектов общества, образуя реально существующие структуры, способные менять существующий социальный порядок. Доминирование новых технологий в «технотронном обществе» дает, по мнению З. Бжезинского, новые возможности для дезинтеграции достаточно устойчивых общественно-идеологических систем [Бжезинский, 2009].

Тотальная технологизация быта, сетевые коммуникации, виртуализация социокультурного пространства изменяют перспективы творческой самореализации человека, каналы передачи социокультурного опыта, способы воспроизводства социумов. Фундаментальным фактором модернизации обществ на основе предлагаемых социальных проектов становятся коммуникативно-информационные технологии, направленные на программирование социетального дискурса, задающего легитимность существующего порядка, модели коммуникаций его политических субъектов, возможные способы обновления дискурса.

***Технологии информационного влияния***

В любом обществе происходит конфликт интересов политических субъектов, когда каждый из них предлагает свой дискурс в качестве основополагающего с целью изменения общественного, группового и индивидуального сознания. В процессе интеллектуального противостояния субъектов (которое в крайней форме противостояния обозначают как информационные войны) идет борьба за умы. Это соперничество велось задолго до появления интернета и имеет тысячелетнюю историю [Почепцов, 2001а; Сунь-Цзы, У-Цзы, 2002]. Современные информационные технологии на новой технической базе перевели это противостояние на качественно иной уровень интенсивности, масштабности и эффективности.

Технологии информационного влияния позволяют создавать механизмы информационного влияния, которые представляют собой деятельность по производству информации (знаковых текстов), конструированию социального контекста и программированию дискурса потребителя информации. В широком плане технологии информационного влияния представлены производственными, социальными и ментальными технологиями, каждая из которых является развертыванием этих технологий на другом уровне организации, что приводит к их конвергенции.

Создание знакового текста информации можно рассматривать как производственную технологию. Конструирование смысла информации происходит путем задания позиции автора, что является условием коммуникации с потребителем информации и поэтому предстает частью социальной технологии. Цели, заложенные автором в знаковый текст и определяющие логику его организации, позволяют рассматривать текст как инструмент влияния на дискурс потребителя, то есть создание текста в то же время является ментальной технологией.

Появление сложноорганизованных текстов информации (метатекстов) предполагает наличие социальных структур, создающих эти тексты и распространяющих необходимый дискурс. Можно проследить усложнение организации этих структур, когда отдельные СМИ заменяются информационными холдингами, дополняясь «независимыми» аналитическими структурами (включая неправительственные и некоммерческие организации), продвигающими тот же дискурс. Организация социальных структур общества является социальной и в то же время ментальной технологией, поскольку жизнедеятельность индивидуального субъекта в сконструированных социальных условиях позволяет ему реконструировать социетальный дискурс общества.

Создание информационного пространства (гипертекста), в которое погружен потребитель, предполагает возможность управления этим пространством со стороны субъекта влияния. В информационную эпоху социальные структуры, продвигающие его дискурс, трансформируются в социальные сети, управление которыми со стороны субъекта влияния происходит в завуалированной форме, поскольку техническое, технологическое и финансовое обеспечение функционирования этих сетей не рефлексируется участниками этих сетей как одна из форм управления. Социальная сеть в интернете, по сути, представляет собой интерактивный многопользовательский веб-сайт, предназначенный для коллективного общения и наполнения содержанием самими участниками сети. Структура и внешний вид контента социальных сетей

определяются создателями/владельцами сайта. Они определяют также каналы общения между пользователями. Такими каналами выступают сервисы внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями. Несмотря на наличие некоторых отличий между разными социальными сетями, основные коммуникативные функции и принципы структурирования контента в них практически полностью совпадают. Например, практически все социальные сети позволяют пользователю разместить свои биографические данные, свою фотографию и т.п. [Быков, 2010].

Технологии информационного влияния могут быть рассмотрены как деятельность по конструированию механизмов информационного влияния. В соответствии с предложенной схемой механизмов информационного влияния (конструирование информации, создание социального контекста, программирование дискурса – см. табл. 4.3.1) выделены следующие типы технологий информационного влияния:

– производственные (конструирование информационных текстов);

– социальные (конструирование социальных структур, создающих и распространяющих информацию, и группового субъекта ситуации коммуникации);

– ментальные (деятельность по программированию социетального дискурса, которая осуществляется в различных сферах его функционирования: жизнедеятельности общества, пространства социальных коммуникаций, самоорганизации социетального дискурса).

В зависимости от масштаба задач, стоящих перед субъектом влияния, технологии могут быть рассмотрены как развертывающийся текст: есть замысел и некая соответствующая ему структура деятельности, которая по ходу процесса может обрастать новыми деталями. Использование единичного информационного сообщения, с учетом того, что структура дискурса потребителя информации находится в динамическом равновесии, обычно приводит к ее подпороговым изменениям, которые потребители не всегда отражают. В случае, когда

представления в некоей области знаний не сформированы, информация, поступающая первой, приводит к форматированию семантического пространства потребителя.

Создание метатекста как универсальной технологии информационной кампании подразумевает управление информационными потоками: функционирование грамотно выстроенных организационных полевых структур, четко и в срок поддерживающих смысловые информационные волны, которые воссоздают идеологию субъекта влияния, в соответствии с выработанной стратегией кампании. В связи с постоянно изменяющимися обстоятельствами в эту стратегию вносятся коррективы. В зависимости от конкретной ситуации и наличия разных подгрупп целевой аудитории эти стратегии (соответственно, и технологии) могут быть весьма разнообразными, содержать необъятное многообразие форм и множество путей реализации [Омский, 2006].

Информационная кампания по изменению дискурса общества подразумевает не только создание информационных потоков, но и смену системы воспроизводства традиционного социетального дискурса. Эти преобразования включают в себя изменение социальной структуры социума и привычных форм жизнедеятельности субъектов общества, появление в пространстве социальных коммуникаций носителей нового дискурса, которые начинают доминировать в нем, транслируя преимущества использования нового дискурса по сравнению с традиционным.

Концептуальные механизмы информационного влияния постоянны («вечны»), но, в связи с техническим совершенствованием носителей информации, усложнением организации общества, изменениями качества социетального дискурса, технологии продвижения дискурса постоянно усложняются в соответствии с происходящими техническими и социальными преобразованиями. Возможности новых технических носителей информации, которые выступают и средствами коммуникации, и пространством жизнедеятельности их обладателей, порождают новые технологии

конструирования информационного контента, его распространения и усвоения. Информационные технологии становятся строительными блоками, а в некоторых смыслах и фундаментом «социального конструирования реальности» [Дэвис, 2008]. Они представляют собой не просто нейтральный «инструмент» в руках субъектов, но и способ совершенствования организации обществ посредством дискурса коммуникации, заложенного в организацию технологий.

Ведущей тенденцией развития современного общества является интеграция новейших массовых информационных и коммуникационных технологий с существующей социальной системой [Иноземцев, 2000; Кастельс, 2000; Тоффлер, 2004]. В настоящее время в мире существует глобальное информационное пространство, территориально разнородное, многослойное, не имеющее границ. Конструируется оно в первую очередь усилиями тех стран, которые обладают высокими технологиями и практически перешли к постиндустриальной фазе развития общества со всеми присущими для нее признаками информационной цивилизации. Для территорий со слаборазвитой системой коммуникаций на повестке дня стоит создание условий для конструирования современных структур информационно-коммуникативного пространства, чтобы доступ к использованию глобальных сетевых ресурсов и телекоммуникационных систем не привел эти общества к потере самобытности и уникальности собственного пути развития. Совершенствование информационно-компьютерных технологий создает возможности социально-экономической, политической и духовно-культурной сегрегации, при которой в наиболее развитых информационных обществах может сконцентрироваться вся или почти вся интеллектуальная индустрия, продуцирующая основные культурные и социально-гуманитарные потребности [Ракитов, 1991]. Остальные страны мира рискуют превратиться в потребителя информационных технологий и создаваемой на их основе информационной продукции, транслирующей дискурсы только отдельных обществ. Информационное неравенство между странами становится решающим фактором, определяющим возможности их конкуренции [Нартов, 2014].

Новые информационные технологии приводят к тому, что виртуальность становится для огромных масс людей реальнее действительности. С одной стороны, это действительно открывает широкие перспективы развития человека, осознающего множественность реальностей и свою включенность в них. С другой стороны, формирующаяся с помощью технических средств виртуальная реальность становится управляемой социальной средой, подчиненной целям и возможностям ее конструкторов. Если раньше частная жизнь была заповедной территорией, то сейчас множество людей практически постоянно находятся в онлайне, по сути, ведя бесконечное прямое вещание о своей жизнедеятельности. Социальный контроль заменяется диктатом технологий и заложенных в них дискурсов. Господство в сфере высоких информационных технологий подразумевает технологическую зависимость и подчинённость любого потенциального противника. Современные технологии оказываются более чем просто техническим средством доставки информации, они одновременно являются инструментом влияния. Известное выражение «кто владеет информацией, тот владеет миром» в эпоху конструирования виртуальной и социальной реальности впору заменить другим – «кто владеет информационными технологиями, тот управляет миром».

## 6.2. Примеры использования технологий информационного влияния

Технологии информационного влияния рассматриваются как деятельность по конструированию механизмов информационного влияния. В соответствии с существующими механизмами выделены три типа этих технологий: производственные (создание информации), социальные (конструирование контекста ситуации коммуникации), ментальные (программирование дискурса потребителя информации). Субъект влияния, применяя эти технологии, которые развертываются в различных измерениях жизненного мира потребителя

информации, обеспечивает реализацию собственных целей – продвижение дискурса.

Рассмотрим использование технологий информационного влияния для продвижения инородного дискурса в качестве нормативного социетального дискурса. Первые три технологии позволяют конструировать контекст ситуации коммуникации, предполагающей получение субъектом информации, содержащей фрагменты инородного дискурса:

1. Конструирование информации и информационных потоков, продвигающих инородный дискурс.

2. Образование структур, создающих и распространяющих информацию, содержащую инородный дискурс: СМИ, аналитические центры, социальные сети.

3. Создание контекста ситуации коммуникации: конструирование информационного пространства потребителей информации, в котором циркулирует информация с инородным дискурсом.

Другие три технологии информационного влияния подразумевают управление процессами конструирования социетального дискурса, что дает возможность использовать при этом фрагменты инородного дискурса. Существуют три способа (ре)конструирования обществом социетального дискурса: организация жизнедеятельности социума, циркуляции дискурсов пространства социальных коммуникаций, самоорганизации социетального дискурса во времени (его обновления).

4. Организация жизнедеятельности социума в соответствии с инородным дискурсом.

Жизнедеятельность общества протекает в соответствии с социетальным дискурсом, когда задается социальная структура социума, предполагающая как множество групп и институтов, так и возможность потребителя участвовать в социальных практиках этих организаций. Изменение социальной структуры социума и привычных форм жизнедеятельности субъектов общества в

соответствии с моделями другого общества приводит к усвоению фрагментов инородного дискурса как повседневной социальной практики своего общества.

5. Организация пространства социальных коммуникаций, включающего носителей инородного дискурса.

Это пространство развертывается в трех таких сферах, как: межличностные коммуникации субъектов общества, информационное пространство групповых субъектов общества, пространство институциональных коммуникаций, в котором субъекты, исполняя в социальных структурах некоторые роли, действуют как представители нормативного дискурса социума. Для индивидуального субъекта значимость этих сфер, в которых транслируются дискурсы других субъектов, может быть различна. Поэтому важно, чтобы в каждой из этих сфер присутствовали носители инородного дискурса. По возможности в ближайшем окружении индивидуальных субъектов, в пространстве их межличностных коммуникаций должны присутствовать субъекты – носители инородного дискурса. Управление информационным пространством социума дает возможность регулировать проникновение информации, содержащей фрагменты инородного дискурса. Информация СМИ воспринимается индивидуальными субъектами как дискурс одной из политических сил общества или как социетальный дискурс, в зависимости от структурированности информационного пространства и политических пристрастий этих субъектов. Включенность субъекта в жизнедеятельность общества, разнообразие социальных практик обусловливают значимость для субъекта пространства институциональных коммуникаций. Рядовые участники социальных структур обычно ориентируются на взгляды более статусных сотрудников, воспринимая их как представителей нормативного дискурса социума. Если публичные лица, общественные авторитеты, элиты придерживаются инородного дискурса, задача продвижения этого дискурса облегчается. Многие граждане, воспринимая позицию вышеназванных лиц, будут ориентироваться на транслируемый ими дискурс как на дискурс, заслуживающий внимания.

6. Управление самоорганизацией социетального дискурса, которое предполагает решение о включении в его состав фрагментов инородного дискурса.

Воспроизведение обществом социетального дискурса в ходе самоорганизации его структур осуществляется следующим образом. Система образования способствует конструированию у индивидуальных субъектов нормативного социетального дискурса, который проходит проверку на качество и корректируется в ходе жизнедеятельности субъектов и их коммуникаций. Совершенствование дискурса обеспечивается социальными институтами, задающими критерии качества дискурса. В современном обществе эту функцию выполняет наука как часть системы управления. Научные институты осуществляют организацию рефлексивных процессов, позволяющих реконструировать исторический путь общества и спрогнозировать направление его эволюционного развития в новых условиях. Они конструируют модели будущего, задающие смыслы и цели жизнедеятельности субъектов общества. Привлекательность этих моделей возможностями самореализации индивидуальных субъектов и процветания социума способствует их принятию, а их качество проверяется в ходе дальнейшей жизнедеятельности общества.

Внедрение инородного дискурса в систему воспроизводства социетального дискурса предполагает его замену на всех стадиях воспроизводства. Система образования перестраивается по иному образцу, меняя содержание учебных программ в соответствии с новыми требованиями инородного дискурса, готовя специалистов, которые мало востребованы в своей стране и в любой момент готовы эмигрировать в поисках лучшей жизни. Привычная жизнедеятельность общества разрушается, в пространстве социальных коммуникаций традиционный социетальный дискурс подвергается дискредитации, тогда как организация жизнедеятельности других обществ и преимущества инородного дискурса, вырванные из исторического контекста, превозносятся. Система науки вписывается в организацию науки другого общества, переходя на его стандарты.

Осознание недостатков собственного социетального дискурса приводит к абсолютизации инородного дискурса, к убеждению, что в его рамках предлагается совершенное устройство общества, которому нет альтернатив.

Предложенные технологии информационного влияния позволяют вместо традиционного социетального дискурса конструировать инородный дискурс в качестве нормативного дискурса общества. В результате информационного влияния в обществе появляется много сторонников инородного дискурса, готовых отказаться от традиционного социетального дискурса. Подрастающее поколение, воспроизводя инородный дискурс в качестве нормативного, становится не только носителем, но и ретранслятором нового дискурса социума. Вместе с тем возникает вопрос о качестве предлагаемого дискурса: насколько дискурс, эффективный в одних исторических условиях, окажется таким же действенным для общества с другими природными условиями, со своей историей и ментальностью. Сможет ли общество, организованное в соответствии с инородным дискурсом, достигнуть процветания, обеспечить возможности самореализации для многих индивидуальных субъектов? Или это возможно только для избранных? Может быть, стратегия инкорпорации фрагментов инородного дискурса в социетальный дискурс выглядит более привлекательно. Но будут ли совместимыми эти дискурсы? Не приведет ли внедрение конструктов инородного дискурса к дальнейшим преобразованиям традиционного дискурса, когда процесс замены одного дискурса другим только растянется во времени?

Для науки существует возможность проявить свой потенциал, предлагая решение проблемы. Если, конечно, жизнь не внесет коррективы в прогнозы, доказывая конкурентоспособность или нежизнеспособность таких обществ. Вполне возможно, что в каждом конкретном случае решение проблемы индивидуально, но обусловлено целями авторов совместного дискурса.

В общем случае продвижение дискурса предусматривает применение следующих технологий информационного влияния.

### *Технологии конструирования контекста ситуации коммуникации*

Вначале приведем технологии конструирования контекста ситуации коммуникации, связанной с получением информации. Начнем с технологий создания структур (субъекта, группового субъекта), которые конструируют информацию и организуют контекст коммуникации. Этот контекст задается ситуацией встречи потребителей с информацией, которая происходит в рамках их информационного пространства.

*Образование социальных структур, создающих и распространяющих информацию, содержащую дискурс субъекта влияния*

Одним из конструктивных элементов любого общества являются индивидуальные субъекты. Конечная цель информационного влияния как раз и состоит в том, чтобы индивидуальный субъект, убежденный в «правильности» дискурса, организовывал свою жизнедеятельность в соответствии с этим дискурсом, тем самым распространяя его. Помимо межличностных коммуникаций, индивидуальные субъекты могут продвигать дискурс, будучи сотрудниками СМИ, а также в рамках выполнения социальной роли, влияя на конструирование дискурса групповых субъектов. В своей книге «Продажные журналисты» публицист Удо Ульфкотте рассказал, что издание «Frankfurter Allgemeine», в котором он проработал 17 лет, «обслуживало» интересы Вашингтона, манипулируя своей аудиторией в угоду США [Ульфкотте, 2015]. Многие комментаторы и колумнисты (авторы рубрик) в центральных немецких СМИ являются членами проамериканских трансатлантических организаций, таких как Трехсторонняя комиссия, Аспенский институт, Германский фонд Маршалла (штаб-квартира в США) и множества других. Удо Ульфкотте заявил, что новостные блоки телевидения и ведущих газет и журналов, формирующие общественное мнение на Западе, манипулируются и искажаются в угоду США и закулисных мировых структур. Для этого используются ведущие, респектабельные журналисты, которые фабрикуют новости, угодные их кураторам из спецслужб. Не всегда речь идет о вербовке или попытках прямой

агитации, возможно влияние и исподволь. Выделяются стипендии и гранты (безвозмездные денежные пособия), организовываются конкурсы, стажировки, семинары, программы обучения, вручаются премии и награды, таким образом постепенно прививаются ценности и цели, формируется лояльность к дискурсу этих стран [Партия …, 2013]. Прикармливать конкретных журналистов и редакторов, например, русских журналистов Прибалтики, обходится «западным партнерам» гораздо дешевле, чем покупать и содержать местные телерадиоканалы и газеты [Алексеев, 2015]. На Украине сотрудники USAID, используя партнёрскую неправительственную организацию из Нидерландов – Европейский центр журналистики (European Journalism Centre), активно продвигали проект «MediaNet». Этот проект, предполагающий объединение независимых украинских журналистов, редакторов электронных СМИ, блогеров, активных участников социальных сетей, представителей общественных организаций и молодёжных лидеров в единую сеть, позволил оказывать весьма эффективное непрямое влияние на политические процессы на Украине [Партия …, 2013]. Ознакомление индивидуальных субъектов и продвижение ими привлекательного дискурса предполагают программы привлечения иностранных студентов к обучению в США (625 000 чел.) и увеличения количества американских студентов (192 000 чел.), обучающихся за рубежом, разработанные государственным департаментом совместно с ведущими университетами [Панарин, 2006].

Технологический процесс создания информации предполагает деятельность групповых субъектов, объединенных в рабочие коллективы СМИ. Эти коллективы могут образовывать сложноорганизованные структуры (редакции газет, телеканалы, информационные холдинги), в которых происходит дифференциация процесса продвижения дискурса: одни создают информацию, другие ее распространяют, третьи определяют парадигму коммуникации.

Ключевую роль на современном медиарынке играют транснациональные корпорации, по сути, решающие, что будет экспортировано медиакомпаниями на

«рынок идей». Доминирующее положение на мировом информационном рынке занимают мегакомпании, созданные по типу вертикальной интеграции: America Online – Time Warner, Walt Disney Co, Vivendi Universal Viacom, Bertelsmann, News Corporation и др. По данным журнала «Fortune», вышеперечисленные компании входят в список 500 ведущих глобальных корпораций мира. Группу менее крупных, но тоже достаточно влиятельных поставщиков информации составляют Washington Post, Bloomberg, Reuters, BBC, New York Times, Dow Jones&Co и др. [Орлова, 2003].

Продвижение дискурса путем организации неформальных межличностных коммуникаций и деятельности медиакомпаний дополняется созданием структур, регулирующих поток циркулирующих в информационном пространстве идей и представлений. Эти идеи формируют фон мышления элитных групп, которые осуществляют идейно-политический лоббизм, в том числе и в мировом масштабе. К этим структурам относятся центры, институты, советы и ассоциации исследовательско-аналитического характера, одна часть которых встроена в государственно-политические механизмы, а другая действует за их рамками. В наиболее развитых странах существует группа ведущих «мозговых центров», которые являются главными генераторами идей для всего экспертного сообщества. Публикации американских аналитиков задают набор идей, их политическую ориентацию, понятийный аппарат, с помощью которого осмысливаются международно-политические реалии большинством их коллег из других стран. Аналитические центры создают систему координат, в которой развиваются и позиции официальных экспертов, а также выражают мнения, которые не могут быть сформулированы на правительственном уровне. Складывающаяся глобальная система негосударственных «мозговых трестов» является средством обеспечения лидерства Запада (прежде всего США) и инструментом влияния ведущих западных держав на процесс продвижения необходимого им дискурса в других странах и международных организациях [Войтоловский, 2006].

Финансовые возможности западных стран позволяют им создавать множество организаций, которые претендуют на выражение «общественных» интересов, находясь при этом на содержании у конкретных структур, занятых продвижением необходимого дискурса. ЦРУ финансировало сотни общественных организаций: преподавателей, юристов, писателей, артистов, эмигрантов и т. д. В самих же США отстроен механизм, который позволяет автоматически собирать материал о деятельности иностранных организаций на территории страны [Крашенинникова, 2014]. При этом организации, декларирующие свою независимость (неправительственные организации – НПО, некоммерческие – НКО), не только вырабатывают концепции, способствующие продвижению дискурса финансирующих их структур, но и стремятся использовать свою организацию для внедрения ее в политическую практику. Amnesty International, Гринпис, «Врачи без границ», Human Rights Watch, Transparency International и другие подобные организации имеют двойное предназначение. Прикрываясь социальными проектами, они, по сути, являются политическим инструментом продвижения дискурса.

Появление интернета, составляющего основу новых информационно-коммуникативных технологий, привело к тому, что для многих граждан он становится основным источником получения информации, способствуя организации потребителей информации в сетевые структуры (Facebook, Twitter и YouTube и др.). Социальная сеть как коллективный субъект интегрирует процессы взаимодействия с информацией: в сети информация производится, распространяется, а также сеть воспроизводит дискурс внутри сетевых коммуникаций как самонастраивающаяся, самосинхронизирующаяся система [Коровин, 2013]. В группах авторство дискурса обусловлено организацией ее структуры. В сетях это авторство завуалировано наличием скрытого субъекта управления, который контролирует основные узлы сети, осуществляет ее непрямое финансирование и администрирование, что обеспечивается технологическими возможностями программного обеспечения.

Интернет и информационные технологии очень сильно поменяли восприятие реальности и ментальные процессы конструирования дискурса. На основе контактов в сети и полученной информации субъект (ре)конструирует виртуальное социальное пространство. Достаточно часто информация представляет собой краткие сообщения размером до 200 слов для Facebook и еще более лаконичные сообщения для Twitter [Восканян и др., 2014]. Сообщения такого объема не позволяют конструировать сложноорганизованные ментальные конструкции, в результате наблюдается упрощенная модель социума, охватывающая минимум действующих лиц и затрудняющая понимание причин неоднозначных процессов. К тому же социальные сети не предназначены для хранения информации, что не позволяет реконструировать историческую хронологию событий.

Как правило, сеть, являясь самонастраивающейся системой, представляет собой группу сторонников одного дискурса, которые объединены горизонтальными связями. Опосредованность коммуникаций позволяет создавать множество фиктивных обитателей социальных сетей, искусственно формируя в них общественное мнение. Для этого используется программное обеспечение для управления персональными аккаунтами, создающее окружение, которым должен обладать натуральный человек в сети: имя, адрес e-mail, веб-страницы, активность в социальных сетях и т.д. Программа автоматически генерирует образ, который выглядит как настоящий профайл, профиль которого фактически не позволяет отличить виртуального робота от натурального человека. Механизм создания фальшивых онлайн-личностей, так называемых «ботов», и «система контроля онлайн-личности» позволяют специальным служащим управлять разными онлайн-личностями (до 50 человек) по всему миру. С помощью этой системы можно навязывать и распространять свои идеи под видом одного из участников сети и манипулировать ходом дискуссий на информационных ресурсах, доводить эти дискуссии до ложного согласия, «спамить»

нежелательные мнения и менять сообщения, которые не совпадают с интересами заказчика [Филдинг, Кобэйн, 2011].

Информационные социальные сети, дематериализуя межличностные коммуникации и контакты между гражданами и институтами, расширяют возможности погружения участников сети в виртуальный мир, который может конструироваться с помощью технологических инноваций. Часть участников сети напрямую связана с курирующими институтами, часть – возникает «снизу», но далее встраивается или используется профессиональными «игроками». Вместе с тем масса рядовых участников вовлечена в процесс бескорыстно и инициативно [Черемных и др., 2013]. Общественное мнение и настроение в сетях формируются небольшой, довольно локальной группой людей, составляющих узлы сети, но у каждого отдельного юзера сети создаётся ощущение, что это именно он и есть автор этого мнения, движущая сила революционных изменений в обществе. При виде единодушия среди остальных участников виртуального сообщества у него возникает определённое настроение, основанное на том, что его собственные настроения, мысли, оценки – общий тренд. В результате возникает эйфория сопричастности и иллюзия солидарности между единомышленниками [Другая холодная …, 2014]. Как результат, социальная активность, вызванная информационными фантомными конструкциями, может приводить к тектоническим сдвигам в обществе.

К структурам, создающим информацию и продвигающим дискурс субъекта влияния, относятся индивидуальные субъекты, групповые субъекты – СМИ (различной организационной сложности), дополненные «независимыми» аналитическими структурами и общественными организациями, коллективные субъекты – социальные сети. Технологии информационного влияния дополняются технологиями социальной инженерии, позволяющими осуществлять совместную деятельность социальных субъектов.

*Конструирование информации и информационных потоков, в которых содержатся фрагменты и способы продвижения необходимого дискурса*

Знаковый текст информации составляет единицу («квант») коммуникации. Им могут служить листовки, наклейки, газеты, радио- и телепередачи, sms-рассылки, сайты, блоги, массовые акции и др. Фрагмент дискурса субъекта влияния, который размещается в знаковом тексте информации, представляет собой часть картины мира субъекта в одной роли или в нескольких его социальных ролях в рамках программы жизнедеятельности, свернутой до конкретной цели. Задание смыслов текста позволяет осуществить позиционирование автора: например, если государственные СМИ ищут благоприятный ракурс подачи информации о жизнедеятельности общества, то оппозиция выискивает недостатки.

Задание логики организации текста и его частей позволяет обеспечить качество мыслительных процессов дискурса. Потребитель информации, используя логику организации текста, будет реконструировать смыслы и цели, заложенные автором. Могут применяться технологии как для знакового текста (нейролингвистического программирования, бинарного мышления), так и для метатекста («окна Овертона», «мягкая сила») [О`Коннор, Сеймор, 1997; Най, 2006; Окно Овертона]. Потребитель может идти за логикой текста, перенимая ее; может не улавливать ее, не обладая достаточным потенциалом собственного дискурса; может реконструировать не только заложенные автором смыслы, но и его цели.

Знаковые тексты субъекта влияния составляют содержание информационных потоков (метатекста). Конструируется «текст в тексте», в связи с этим создание информационного потока может преследовать свои цели: подчеркнуть актуальность некоторой информации; замаскировать невыгодную информацию на фоне другой, когда умолчание становится невыгодным; занять сегмент информационного пространства. Контент информационных потоков позволяет структурировать картины мира субъекта, предполагая различные

наборы позиций субъекта, в разнообразных жизненных ситуациях. Помимо содержания информации, фрагменты дискурса автора также содержатся в особенностях организации информационных потоков.

Появление социальных сетей породило новые технологии создания информации, когда целевым аудиториям передается ряд функций, позволяющих коммуникативным сообществам участвовать в создании, например, телепрограмм и в корректировке коммуникативных стратегий. Отсутствие возможности соучаствовать в наполнении контента сужает потенциальную аудиторию конкретного СМИ (ТВ канала, сайта, портала, радио). Особенность восприятия новостного контента состоит в возможности не только получать информацию, но и высказывать свое мнение о событиях, давать им собственную оценку. Создание коммуникативных сообществ, где нет жестко закрепленных ролей его участников, помогает рекрутировать новых приверженцев телеканалов и web-сайтов. Росту посещений способствует организация дискуссий на страницах изданий в YouTube вокруг освещаемых событий. Подобная «взаимодополнительная модель» телевизионного и интернетного потребления получила в мировой практике название «second screen» (второй экран). Будучи наиболее яркой характеристикой «новых медиа», второй экран играет исключительную роль при просмотре телепрограмм, требующих последующего обсуждения с другими телезрителями. Рейтинги программ напрямую зависят от активности их обсуждения в социальных сетях. Согласно данным компании Nielsen, 21 % пользователей планшетов и 18 % владельцев смартфонов следят за обсуждениями в блогосфере и социальных сетях или непосредственно в них участвуют. Исследования показывают, что в 48 % случаев рост числа зрителей телепрограммы увеличивает количество упоминаний о ней в социальных сетях. В то же время рост сообщений о телепрограмме, соответственно, ведет к возрастанию аудитории. Стратегии и средства, которые служат развитию и распространению коммуникации, ориентированы не только на консенсус, но и на проблематизацию консенсуса. Интерактивность коммуникативных стратегий, стимулирующая общественные

дискуссии при помощи информационных технологий, способствует расширению спектров мнений и формированию углубленных представлений [Соломатин, 2014].

В качестве примеров технологий информационного влияния рассмотрим способы продвижения дискурса, которые заложены в информации при ее создании и опираются на различные парадигмы коммуникации: пропаганда, манипуляция, поиск истины. Пропаганда опирается на субъект-объектную парадигму коммуникации, в рамках которой подразумевается один автор совместного дискурса. Используемая информация позволяет легко реконструировать позицию автора, которая не скрывается, потому что основное условие любой пропаганды – это ясное и не допускающее возражений утверждение однозначной позиции, господствующей идеи. Пропаганда вполне может опираться на точные сведения и реальные факты, при этом могут использоваться различные способы аргументации позиции автора. Достаточно часто термин «пропаганда» используется в негативном контексте, хотя продвижение дискурса обусловлено целями автора, который выбирает подходящий для него способ. Например, у большинства людей пропаганда здорового образа жизни не будет вызывать возражений, а вот производители табачных изделий и алкоголя могут понести убытки от проведения подобной информационной кампании.

Специалисты в области коммуникативных процессов, говоря о необходимости и неизбежности манипулирования, ссылаются на принцип Парето, согласно которому при всем многообразии конкретных приемов, форм и методов информационного влияния каждый из них можно свести к двум основным типам: пропаганде и манипулированию. Во все времена проведение информационной политики опиралось в своей практике или на пропаганду, или на манипулирование, либо на синтез того и другого [Дзялошинский…]. Манипулятор декларирует приверженность субъект-субъектной парадигме коммуникации, подчеркивая привлекательность продвигаемого дискурса и

выгодность принимаемых на его основе решений в ближайшей перспективе. Под маркой объективности скрывается отношение к другому участнику коммуникации как к объекту, когда не афишируются отдаленные последствия принимаемых решений и долгосрочные цели субъекта влияния [Грачев, 1998; Доценко, 1997; Кабаченко, 2000].

Поиск истины как способ продвижения дискурса опирается на синергетическую парадигму коммуникации, в рамках которой конструируется совместный дискурс, включающий дискурсы всех участников коммуникации. В конкретных условиях построение совместного дискурса ограничено временем ситуации коммуникации, интеллектуальным потенциалом ее участников и изменяющимися условиями. В каждый момент времени совместный дискурс несовершенен, и для продвижения приходится ограничиваться каким-то его приближением, которое базируется на дискурсе одного или нескольких участников коммуникации. Со стороны остальных участников коммуникации это может вызвать обвинения в заангажированности подачи информации и в манипулировании.

Потенциально любая информация (как артикуляция фрагмента дискурса) может быть рассмотрена как пропаганда (репрезентация части картины мира автора), манипуляция (в тексте содержится имплицитная позиция автора, которая может отличаться от позиции потребителя), поиск истины (информация является частью коммуникации, в ходе которой конструируется совместный дискурс). «Объективность» информации достигается не соответствием одному из дискурсов, признанных частью сообщества универсальным, а соучастием заинтересованных лиц в создании информации и представленностью в ней множества точек зрения, прозрачностью относительно источников и способов получения информации, открытостью собственного финансирования и истории [Кастельс, 2014].

Технологии создания информации и информационных потоков, в которых содержатся фрагменты и способы продвижения необходимого дискурса, являются

технологиями создания информационных текстов. Эти технологии включают конструирование единиц текста, позиционирование автора, задающее смысл этих единиц, задание логики организации текста в соответствии с целями субъекта влияния.

*Создание информационного пространства социума, в которое погружен потребитель информации в ситуации коммуникации*

Потребитель информации включен в информационное пространство своего общества, дискурс которого он усваивает в ходе социализации, воспроизводит в ходе жизнедеятельности и корректирует в коммуникациях. Субъект влияния конструирует информационное пространство, которое может пониматься как физическая территория субъектов, транслирующих информацию, как социальное пространство коммуникаций субъектов, как дискурсивное пространство общества. Задача субъектов влияния, продвигающих необходимый дискурс, – попасть в круг лиц, транслирующих привлекательную для потребителя информацию, которая опирается на семантику его дискурса, доступна ему для понимания и выражает его интересы.

В условиях создания единого общемирового информационного пространства в XXI в. разворачивается геостратегическая информационно-психологическая борьба между ведущими мировыми державами за доминирование в информационной среде, которая будет обостряться в период кризисов [Бжезинский, 2005; Политическое измерение …, 2012]. В развитых странах функционируют информационные структуры, аффилированные с государством, продвигающие дискурс своего общества не только в рамках страны, но и на международной арене.

На государственном уровне в США в 1953 г. было создано информационное агентство Соединенных Штатов (ЮСИА), которое функционировало в качестве самостоятельного федерального агентства в составе исполнительной ветви власти. Его задача состояла в разъяснении и пропаганде политики США среди общественности иностранных государств. Штат сотрудников агентства в штаб-

квартире в Вашингтоне насчитывал более 4200 человек. Еще несколько тысяч сотрудников находились в 142 странах мира [Михайлов, 2004; Панарин, 2006]. В 1999 г. ЮСИА формально было закрыто, а его функции переданы внешнеполитическому ведомству – государственному департаменту США. Но эта реформа носила чисто косметический характер, поскольку информационная работа ведется соответствующими подразделениями государственного департамента, где этими вопросами занимаются 2700 сотрудников [Самофалов, 2010]. К этому привлекаются и другие министерства и ведомства, государственные теле- и радиокомпании, представители науки, деловых, гуманитарных, общественных, спортивных и религиозных организаций. В частности, в Пентагоне вопросами информационного влияния за границей занимаются свыше 27 000 специалистов. Служба зарубежного вещания имеет статус независимого федерального агентства и 175-миллионную 75-языковую еженедельную аудиторию. В ее состав входят компания American Embassy Television Network и студия «Фильмсервис», телерадиостанция «Голос Америки», радио «Свобода/Свободная Европа/Свободный Афганистан», телерадиокомпания «Радио Марти», «Радио Сава», телеканал «Аль-Хурра», «Радио Фарда» и радиостанция «Свободная Азия» [Панарин, 2006].

В России под патронажем государства создана мощная информационная структура, затраты которой в 2010 г. превысили 1 млрд. долл. В ее состав входят:

– телекомпания Russia Today, охватывающая спутниковым вещанием практически все континенты, ее программы доступны в сетях кабельного телевидения в США и большинстве стран Европы. Компания круглосуточно распространяет на английском языке информацию о внешней и внутренней политике РФ, аналитические материалы, интервью и комментарии на разнообразные темы из жизни страны. В ней работает свыше 700 специалистов, из них 10% – иностранные журналисты. В ее состав также входят арабоязычный телеканал Russia al-Yaum и испаноязычный телеканал Russia Hoy;

– радиостанция «Голос России», ведущая ежедневное 150-часовое вещание на 160 стран на 38 языках;

– англоязычные журналы «Russia Profile» и «Russia!», которые вместе с запуском канала Russia Today начало издавать информагентство «Новости» [Самофалов, 2010].

Государственные СМИ Китая разместили более 400 своих корреспондентов в 117 зарубежных корпунктах, а к 2020 г. планируют расширить эту сеть до 180 информбюро. Международное медиапродвижение Китая, помимо телеканалов на английском, арабском, испанском и русском языках, включает в себя выход китайских газет и журналов в англоязычных версиях, рекламу страны на ведущих мировых медиаканалах. Телевизионный канал CCTV-9, стремясь конкурировать с транснациональным каналом CNN, вещает по всему миру на английском языке. В центре Нью-Йорка информационное агентство «Синьхуа» организовало круглосуточную телевизионную службу новостей на английском языке и намерено конкурировать с CNN и BBC, чтобы «освещать события в Китае и мире для мировой аудитории под китайским углом зрения». В феврале 2012 г. в Нью-Йорке начали свое вещание новые телеканалы: три англоязычные и один испаноязычный. Для широкого круга зарубежных читателей предназначены журналы, издаваемые на языках различных стран, например, на английском – «China Daily», «China today». В девяти крупнейших городах США ежедневно выходит англоязычная газета «Китай сегодня» [Самофалов, 2012].

Участие государства в процессах формирования информационного общества обусловлено тем, что оно является структурой, организующей жизнедеятельность общества во всех сферах, а также одним из авторов социетального дискурса социума. Политические субъекты осознают коммуникационную структуру общества как стратегически важный ресурс, они стараются контролировать субъектов информационного пространства, возможности эффективного донесения информации, циркулирующие в этом

пространстве идеи (дискурсы), задавая способы управления информационным пространством [Грачев, 2004; Панарин, 2003а].

Рассмотрение информационного пространства как пространства субъектов, транслирующих информацию, дает понимание этого пространства как некоей виртуальной территории с четкими границами, которая принадлежит государству, является специфическим государственным ресурсом и должна быть защищена от возможных агрессоров. Контроль над таким пространством осуществляется директивными способами из единого центра, который предлагает «единственно правильную» информацию, заполняющую все информационное пространство. Альтернативные, «неправильные», «инакомыслящие» авторы и их тексты исключаются из информационного пространства или их доступ ограничивается.

В информационном пространстве, понимаемом как социальное пространство субъектов, распространяющих информацию, предполагается установление правил функционирования этого пространства. Эти правила регулируют возможность доступа носителей дискурсов в информационное пространство и статус этих носителей. Практически во всех странах правительства выдают телекомпаниям, печатным изданиям и радиостанциям лицензии, регулируя их деятельность. Не разрешается публиковать информацию, которая может причинить ущерб безопасности страны, что определяют отдельные политические субъекты во власти.

Во всем мире государство регулирует и контролирует информационную сферу. Например, в Великобритании есть государственная структура медиа-регулятор Ofcom, которая регулирует работу СМИ, может выносить им предупреждения не за распространение заведомой лжи или подтасовок фактов, не за оскорбления или клевету, а за нарушение «стандартов беспристрастности» [Стариков, 2014]. В своем твиттере Ofcom (https://twitter.com/Ofcom) так прямо и пишет, что «смотрит» за телекоммуникациями, телевидением, радио и почтовой индустрией («We keep an eye on the UK's telecoms, television, radio and postal industries to make sure they're doing the best for all of us»). СМИ должны

транслировать информацию в соответствии с некими правилами и стандартами «британского кодекса вещания», что, безусловно, ограничивает безграничную «свободу слова».

В США выстроена эффективная система управления информационным пространством [Орлова, 2003]. Во-первых, СМИ, прежде всего телевидение, в значительной степени монополизированы, то есть нет нужды контролировать сотни тысяч газет, студий, телеканалов и интернет-ресурсов, потому что все они так или иначе встроены в несколько крупных холдингов, а именно Time Warner, News Corporation, The Walt Disney Company, Viacom/CBS Corporation и Comcast/NBCUniversal. Эти корпорации глобальные, они контролируют медиапространство не только США, но и всего Запада в целом. Пятерка этих гигантов контролирует в совокупности более 90% медиарынка США – от книжных издательств до Голливуда, которому принадлежит важная роль в формировании «правильной картины мира». Монопольное владение генераторами информации в «демократических» обществах вполне заменяет прежние недемократические методы управления. Во-вторых, крупнейшие медиа-корпорации напрямую аффилированы с государственной властью. Соответственно, медиа-корпорации формируют те представления о действительности, которые выгодны власти, потому что они и есть власть. В-третьих, крупные медиа-корпорации скреплены с Белым домом родственными, семейными узами. Даже соперничество между демократами и республиканцами носит исключительно имитационный характер, «альтернативные» точки зрения формируются все теми же корпорациями. Впрочем, традиционная карательно-запретительная цензура в США существовала всегда, существует она и сегодня: за 2014 г. было 1,4 тыс. требований удалить «антиамериканский» контент на YouTube, двоих туристов из Великобритании не впустили в США после того, как они пошутили в Твиттере, что собираются разрушить Америку [Кунгуров, 2013].

В социальном измерении технологии управления информационным пространством позволяют влиять на значимость информации для ее

потребителей, обеспечивая возможность для необходимой информации занять значительный сегмент информационного пространства и привлекая к распространению информации влиятельных субъектов. Организованные изменения информационной среды являются своеобразным информационным оружием, которое, в частности, активно используется в политической борьбе [Литвиненко, 2003; Почепцов, 2001а]. Заповедь успешных информационных кампаний гласит: для максимального использования эффекта нужно создать все благоприятные условия для тиражирования материала [Омский, 2006]. Если сообщение не продублировано, его доля в информационном пространстве мала, его влияние минимально. Средства массовой коммуникации могут манипулировать общественным мнением за счет предоставления слова меньшинству вместо большинства [Ноэль-Нойман, 1996].

В число технологий управления информационным пространством входят и технологии его фильтрации. Их суть состоит в ограничении доступа аудитории к информации, нарушении работы информационного аппарата конкурента. В избирательных кампаниях использование этих мер трансформируется в работу по сбору и уничтожению наглядной агитации конкурентов, нарушению их циклов производства и распространения информации. Создаются препятствия появлению информации о каких-то темах и явлениях, что возможно лишь при полном контроле над источниками информации. Со стороны аудитории технология проявляется в полном исчезновении некоторой информации, той ли иной актуальной темы из информационного поля или определенного дискурса [Дзялошинский, 2006].

Доминирование в мировом информационном пространстве (около 70% всех средств массовой коммуникации в мире – американские) позволяет отдельным субъектам с помощью информационных манипуляций осуществлять управляемые кризисы, например, финансовых рынков [Политическое измерение …, 2012]. Господство в информационной сфере, обеспечиваемое постоянным совершенствованием информационной инфраструктуры и расширением

корреспондентской сети по всему миру, способствует эффективному выполнению американским и европейским медиа-сообществами своих главных функций – информированию о мировых событиях и трансляции своих идеалов и ценностей на зарубежные аудитории [Гуменский, 2010].

Для того чтобы подчеркнуть привлекательность дискурса, к его распространению привлекают известных людей, обладающих социальным капиталом. Например, американские стратеги разработали долгосрочные программы культурного и интеллектуального воздействия на элиты европейских стран в годы «холодной войны». Цель работы над умом и сознанием интеллигенции была двоякой: во-первых, избавить ее от марксизма и сделать «некоммунистической», во-вторых, привлечь к реализации американских интересов, к продвижению «демократического» дискурса [Сондерс, 2013]. По программам публичной дипломатии, культурных и образовательных обменов каждый год Соединенные Штаты посещают свыше 400 тыс. ведущих представителей правительственных, деловых и научных кругов других стран. Их участниками уже стали свыше 300 президентов и премьер-министров, 1500 министров и 46 нобелевских лауреатов. Эти программы оказывают содействие установлению личных контактов с визитерами, ознакомлению с американскими ценностями и образом жизни, опытом США в разных сферах деятельности, предоставляя возможность использовать полученные знания в своей дальнейшей деятельности [Панарин, 2006].

Информационное пространство, понимаемое как пространство дискурсов, функционирующих в обществе, рассматривается как ментальное пространство носителей дискурса, в котором конструирование совместного дискурса в ходе самоорганизации субъектов общества обусловлено пониманием наличия дискурса других субъектов, определением значимости дискурсов, рефлексией качества предлагаемых дискурсов. Значимость дискурса определяется занимаемым сегментом информационного пространства и статусом носителя дискурса. Качество дискурса задается несколькими критериями: соответствием жизненной

практике субъектов, согласованностью с дискурсами других субъектов, внутренней логичностью дискурса (под которой понимается соответствие дискурса критериям, которые сконструированы в рамках этого дискурса).

Управление информационным пространством может обеспечиваться контролем над субъектами, производящими информацию, ограничивая допуск носителям неугодного дискурса. Это приводит к цензуре, когда информация, представляющая один дискурс, нацелена на камуфлирование действительности. Управление информационными потоками позволяет перейти к завуалированным формам контроля над содержанием информационного пространства. Множество СМИ конструируют это пространство, иногда содержащую информацию с «неправильным» дискурсом, которую, как правило, транслируют социальные аутсайдеры. По сути, это та же цензура, но у потребителей информации формируется ощущение, что они уловили дух времени и ему соответствуют их собственные убеждения, которых придерживаются наиболее современные или просто лучшие люди [Ноэль-Нойман, 1996]. Новый тоталитаризм выражается в том, что многообразие источников информации сопровождается выстраиванием все более совершенных диверсифицированных систем контроля как над потоками информации, так и над их содержанием [Дудина, 2015]. Современная система управления информационным пространством – это постоянно действующая система общественных институтов и информационных каналов, которая непрерывно работает в рутинном режиме, чтобы в случае необходимости мгновенно мобилизоваться и провести пропагандистскую операцию или полномасштабную кампанию в любой точке мира или на глобальном уровне [Рогозин, 2010].

Управление конструированием совместного дискурса предполагает управление процессами определения круга его авторов, которые могут основываться на различных парадигмах коммуникации. Для субъектов общества возможности декларации и продвижения собственного дискурса в информационном пространстве социума остаются, но эти субъекты, не будучи

допущенными в число авторов совместного дискурса, не смогут влиять на его содержание. Лозунги о свободе выражения собственного мнения могут обернуться искусной манипуляцией, позволяющей «строить рабство руками будущих рабов» **[**Калашников, 2013**]**.

Технологии конструирования информационного пространства социума обусловлены пониманием физической, социальной и ментальной природы информационного пространства. Эти технологии включают в себя технологии управления субъектами пространств, организацией пространств, конструированием совместного дискурса.

***Технологии конструирования социетального дискурса***

Различные способы (ре)конструкции дискурса (непосредственное воспроизводство социальных практик, согласование с дискурсами других субъектов, рефлексия имеющегося дискурса) предоставляют субъекту возможность в ходе аутокоммуникации сконструировать целостную сложноорганизованную структуру. Технологии конструирования социетального дискурса обеспечивают условия для его (ре)конструирования обществом и включают в себя следующие виды технологий: организацию жизнедеятельности общества, организацию пространства его социальных коммуникаций, управление процессами самоорганизации социетального дискурса.

*Организация жизнедеятельности общества*

Жизнедеятельность индивидуального субъекта, его образ жизни, соответствующий социетальному дискурсу, объективно превращают индивидуального субъекта в человека, который реализует этот дискурс, влияет на других субъектов своим примером и конструирует, воспроизводит этот дискурс в общественном сознании. Организация жизнедеятельности общества задает структуру общества. В рамках этой структуры функционируют группы, участвуя в деятельности которых, индивидуальный субъект будет придерживаться дискурсов этих групп. Дифференциация социума, когда индивидуальный субъект

может быть участником множества социальных групп, подразумевает персонализацию кампаний информационного влияния (в частности, персонализацию рекламы) в виде микротаргетирования целевой аудитории [Почепцов, 2015]. Информационное воздействие на индивидуального субъекта осуществляется в его различных социальных ролях, через референтные для него малые группы, производя кумулятивный эффект.

Организация жизнедеятельности общества, позволяющего индивидуальным субъектам достигать успеха и самореализации, способствует утверждению дискурса этого общества внутри социума и позволяет, пользуясь его привлекательностью, продвигать его среди граждан других стран. Благодаря мощной экономике США стали сверхдержавой массовой культуры и диктуют остальному миру свои ценности, свою культуру, своё мировоззрение и своё миропонимание [Мартин, Шуманн, 2001]. США разместили по всему миру группы профессиональных пропагандистов, которые позитивно освещают политику американской администрации и «нейтрализуют» статьи и сообщения зарубежных массмедиа, а также выступления политических и общественных деятелей других держав, отрицательно влияющих на имидж Соединенных Штатов [Панарин, 2006].

Моделирование социальных институтов по образцу благополучных стран приводит к продвижению дискурса, в рамках которого эти социальные институты разработаны. Экспорт оборудования и технологий, моделей и способов производства культурной продукции сопровождается переносом культурных форм в произведенные локально продукты. В результате американизированные, построенные на лучших американских образцах фабрики по производству сериалов возникают в Латинской Америке. Анализ стратегий проникновения медиакомпаний на зарубежные рынки показал, что США добиваются повсеместного внедрения коммерческой модели финансирования медиа и их развития через частный сектор. Это, в свою очередь, приводит к «культурному империализму», к проникновению американского образа жизни и американского

общества потребления на рынки третьих стран, что создает систему вассальных по отношению к США режимов [Давыдов и др., 2013]. Капитализм завоевывает большую часть стран «третьего мира», включая их в свой жизненный цикл [Вдовиченко, 2015]. Экономическое процветание западного мира привело к массированной пропаганде могущества американской «волшебницы-демократии», универсальной значимости американских версий понимания либеральных ценностей и принципов свободного рынка. Подобная информационная экспансия способна обернуться для «незападных» народов возможной потерей социокультурного суверенитета, утратой ими специфически-национальных черт образа жизни. Отсутствие на сегодняшний день других примеров перспективных путей развития социумов способствует углублению влияния Запада и укрепляет доминирование его дискурса как успешной модели общественного устройства [Войтоловский, 2006].

*Организация пространства социальных коммуникаций общества*

Пространство социальных коммуникаций дает возможность ознакомления с дискурсами других субъектов общества в ходе социальных коммуникаций, обеспечивая конструирование совместного (вплоть до социетального) дискурса и внесение корректив в дискурс индивидуальных субъектов. Это пространство развертывается в трех сферах: межличностные коммуникации субъектов общества, коммуникации между групповыми субъектами (включающими информационное пространство общества), коммуникации в пространстве социальных институтов общества.

В каждой из этих сфер индивидуальные субъекты, вступая в коммуникации, по-разному оценивают социальный контекст и статус участников. В межличностных коммуникациях индивидуумы предстают в роли автономных субъектов общества, выражающих собственные интересы и транслирующих личностную версию социетального дискурса. Поскольку СМИ по своей природе являются групповым субъектом, их информация выражает дискурс группового субъекта, а не мнение индивидуального субъекта, автора информации. Помимо

этого, доступ в информационное пространство контролируется социумом, и информация, которая в нем находится, представляет санкционированный к публикации фрагмент дискурса одного из групповых (политических) субъектов общества. Информация, переданная СМИ, даже если это мнение человека с улицы, является мнением группового субъекта, этот человек выступает как представитель группы, которой позволено высказывать свое мнение и чей дискурс учитывается при конструировании социетального дискурса. Именно поэтому трансляция интервью с террористом является, в том числе, пропагандой террориста и его дискурса, поскольку и террорист, и его дискурс находятся в социально регулируемом информационном пространстве. Вступая в коммуникации в рамках социальных институтов, индивидуальные субъекты являются представителями социума, выполняющими в нем некоторую функцию. Взаимодействия этих субъектов конструируют организацию общества, существующие порядки и социетальный дискурс [Бергер, Лукман, 1995; Джерджен, 2003]. Возможность реконструкции социальной роли автора информации обусловлена сложностью организации дискурса потребителя, в котором представлен набор этих ролей в рамках существующей социальной структуры общества, и информационной компетентностью потребителя, способного на основе анализа информации определить статус автора и его позицию.

Индивидуальный субъект при конструировании социетального дискурса опирается на содержание дискурсов, циркулирующих в пространстве социальных коммуникаций, а также на субъективную значимость информации, поступающей из разных сфер. Когда в информационном пространстве информации по теме, интересующей индивидуальных субъектов, недостаточно или она подается однобоко, возрастает значимость информации, распространяемой по каналам межличностной коммуникации (слухи). Слухам люди доверяют больше, чем рекламе, они также больше верят интернет-комментаторам, которые кажутся им компетентнее, чем пропагандистские информационные материалы [Вудрафф,

2015]. Картина мира респондентов, увлекающихся просмотром телепередач (которые уделяют им не менее 4 часов в день), значительно отличается от картин мира респондентов, которые тратят на это гораздо меньше времени (до 2 часов в день). Во многих отношениях телевидение не отражает реальной жизни, и вымышленный телевизионный мир формирует искаженные представления о реальном мире у субъектов, у которых телевизионная информация занимает значительный сегмент их пространства социальных коммуникаций (особенно это касается подростков, не имеющих жизненного опыта и некритически воспринимающих подобную информацию) [Майерс, 2013]. Социальная успешность субъекта, включенного в деятельность многих групп, определяет для него значимость коммуникаций в рамках официальных социальных ролей, задает важность информации, поступающей по этим каналам, и обусловливает ценность существующего социетального дискурса, в рамках которого можно добиваться таких результатов.

Сложность организации каждой из сфер социальных коммуникаций субъекта будет обусловливать широту ознакомления с существующими в обществе типами дискурсов и способствовать улучшению качества дискурса, конструируемого субъектом. Множество межличностных коммуникаций с людьми с разным жизненным опытом, масса источников и каналов информации, разнообразие социальных практик будут гарантией представленности всевозможных дискурсов и исключать ориентацию на один дискурс при конструировании собственного, что затруднит возможности одностороннего информационного влияния.

В зависимости от значимости сфер пространства социальных коммуникаций, в которых потребитель информации выступает в различных ролях – автономного, группового, социального субъекта, будет задаваться его позиция как автора при конструировании социетального дискурса. Рефлексия своей позиции в пространстве социальных коммуникаций позволяет конструировать модели общества различной сложности. В роли автономного субъекта

потребитель воспринимает общество как совокупность «свободно мыслящих» автономных субъектов. Если потребитель способен рефлексировать информацию СМИ как дискурсы групповых субъектов, он и себя может воспринимать в качестве представителя группового субъекта. В роли этого представителя он приобретает опыт построения общества, состоящего из групповых субъектов («системы систем»), образующего сложноорганизованную иерархическую структуру групповых субъектов, частью одного из которых он сам является. Когда в ходе социальных взаимодействий потребитель реконструирует свою роль как представителя коллективного субъекта, поддерживающего некий дискурс, он может сконструировать модель «сообщества обществ (коллективных субъектов)», если способен представить дискурс коллективного субъекта частью социетального дискурса.

В информационном обществе для большинства граждан успешность самореализации зависит от обновления «базы данных» имеющихся знаний, поэтому все больше времени рядовые граждане тратят на получение информации. Меняется структура пространства социальных коммуникаций и значимость его отдельных сфер. Увеличивается количество времени, которое человек тратит на пребывание в информационном пространстве, структура которого также претерпевает изменения (рис. 6.2) [Василькевич, 2013; Смирнов, 2011].

Интернет предоставляет колоссальные возможности для образовательной и профессиональной деятельности, позволяет совершать коммуникации в режиме онлайн и стирает географические границы общения. Минимум половина украинской молодежи в возрасте 18–25 лет о событиях в стране и в мире узнаёт из постов своих друзей или групп в социальных сетях [Ларин, 2014]. Блогосфера и интернет-среда все в большей мере начинает заменять традиционные системы социальных связей, трансляции смыслов и передачи информации (семья, школа, вуз, государство и т. д.) на сетевые. Последние мировые события, касающиеся беспрецедентно массового участия населения в масштабных акциях протеста и

свержения власти, тесно связаны с возросшей ролью социальных сетей в общественной жизни человека [Николайчук, Гурулева, 2015].

С появлением интернет-технологий люди получили возможность конструировать социальные структуры (в параллельной реальности), в которых каждый получил право на самовыражение. Новые схемы самоорганизации автономных субъектов в сформированных виртуальных сообществах превосходят реальность, в них больше открытости, разнообразия, меньше иерархии. В них сжато время социальных преобразований, можно выбирать занятия по своим интересам, моментально в них участвовать, мгновенно получать обратную связь. Виртуальная свобода самореализации размывает вертикальные и глубинные связи, дискредитирует привычно организованные иерархические и исторические национальные государства. Для пользователей сети государство – тоталитарное, социальные институты – устаревшие, а социальные сети и сфера информационных технологий олицетворяют «креативное общество» с его открытостью, свободной коммуникацией и свободным обменом информацией, гибкостью вместо иерархии.

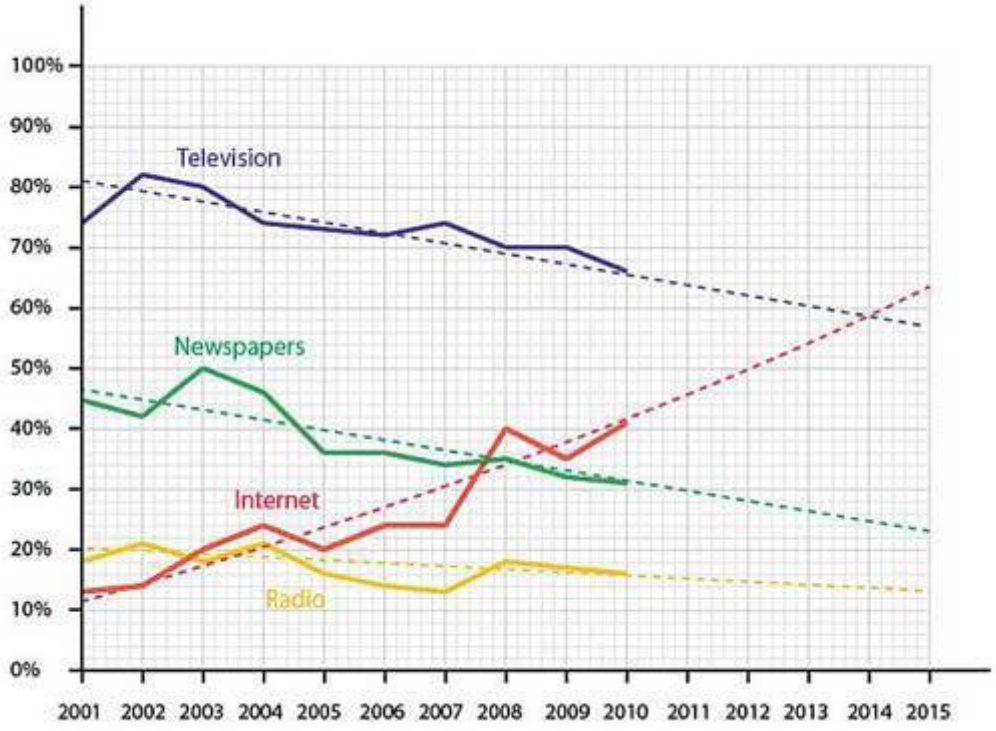


*Рис. 6.2.* Источники новостей для американцев [взято из Василькевич, 2013]

В сети юзер (ее участник), распространяя информацию, участвуя в коммуникациях и в организованных акциях, воспринимает себя соавтором дискурса сети. В действительности же субъект влияния, контролируя основные узлы сети, предоставляя программное обеспечение и финансовое содержание, реализует продвижение собственного дискурса. Главной целью организаторов сети оказывается подчинение субъектности пользователей сети метасубъекту (точнее, автору дискурса сети) [Другая холодная …, 2014; Коровин, 2013]. Участники сети, управляемые дискурсом сети, оказываются объектом управления для субъекта влияния. Социальные сети, декларируя открытое, свободное общество, основанное на горизонтальных связях, на практике воспроизводят общество, основанное на субъект-объектной парадигме коммуникации, где социальный диктат сменился диктатом владельцев технологий.

Виртуализация, создавая видимость субъектности участников сети, в первую очередь у них самих, позволяет осуществлять неявное управление, приводящее к социальным трансформациям в реальном мире. Неслучайно руководство Соединенных Штатов неоднократно заявляло о ключевом значении таких социальных сетей, как Facebook и Twitter, в организации протестных движений, мобилизации оппозиционных сил и координации их перемещений. В 2010 г. тогдашний госсекретарь США Хиллари Клинтон заявила, что по линии государственного департамента ежегодно выделяется 25 млн. долл. на поддержку интернет-активистов и блоггеров с целью их дальнейшего использования в информационной войне [Николайчук, Гурулева, 2015].

Как и любые инновации, технологии конструирования социальных сетей служат интересам тех, кто первыми их освоил. Но в дальнейшем эти технологии могут служить общим интересам. Социальные сети интернета как модели организации пространства социальных коммуникаций воспроизводят дискурс «свободно мыслящих» автономных субъектов. Развитие множества сетей с различными дискурсами предоставит субъектам, входящим в несколько сетей, возможность конструировать более сложноорганизованный дискурс, чем дискурс,

основанный на субъект-объектной парадигме коммуникации. Поддержание функционирования множества сетей предполагает наличие финансовых ресурсов, обладание современными информационно-коммуникативными технологиями и способности конструировать качественные дискурсы, что по силам не каждому обществу.

С помощью технологий организации пространства социальных коммуникаций субъект влияния может воздействовать на процессы конструирования социетального дискурса. Задавая сложность организации пространства социальных коммуникаций, представленность дискурсов в нем и способы конструирования совместного дискурса, он предоставляет потребителю информации возможности для разнообразных способов участия в конструировании социетального дискурса различной сложности.

*Управление процессами самоорганизации социетального дискурса*

Один из способов конструирования дискурса – это воспроизведение субъектом имеющегося у него дискурса в результате процессов самоорганизации. Субъект проверяет качество сконструированного дискурса в ходе дальнейших процессов жизнедеятельности, коммуникаций, рефлексии, запуская циклические процессы аутокоммуникации. Это предполагает управление процессами самоорганизации субъекта, во время которых он совершенствует собственный дискурс.

Процессами самоорганизации индивидуального субъекта управляет сам субъект, в обществе за осуществление процессов самоорганизации нормативного социетального дискурса отвечает не все общество, а отдельная структура. Система управления, обеспечивая функционирование социальных институтов общества, способствует воспроизведению социетального дискурса, который усваивают и своим участием в деятельности этих институтов воспроизводят индивидуальные субъекты. Система образования, как часть социальных институтов, прививает нормативный социетальный дискурс подрастающему поколению. В ходе жизнедеятельности индивидуальные субъекты, участвуя в

многообразных социальных практиках, осуществляя социальные коммуникации, запуская рефлексивные процессы, обеспечивают проверку качества используемого нормативного дискурса и возможности его дополнения. Управление пространством социальных коммуникаций, обеспечивая широту представленности в нем дискурсов и их носителей, создает условия для совершенствования качества социетального дискурса, который конструируют индивидуальные субъекты. Можно говорить о самообразовании индивидуальных субъектов в ходе жизнедеятельности. Помимо этого, в обществе предусмотрены специальные структуры, отвечающие за проверку качества социетального дискурса и его совершенствование. Если в доиндустриальных обществах эту функцию обычно выполнял институт религии, в индустриальных обществах – система науки, то в информационном обществе институт науки, сохраняя одну из ведущих ролей, становится не единственным социальным институтом, предлагающим модели мироустройства и возможные пути развития общества [Фурс, 2001]. Эти структуры, предлагая внесение изменений в дискурс, обеспечивают воспроизведение социетального дискурса во времени.

Общество организовано таким образом, что в нем существует программа самовоспроизведения, которую (ре)конструирует структура, способная к обучению. Основой принципа функционирования информационного оружия является запуск или генерация программы самоустранения (самоуничтожения, самоограничения), присущей любой сложной информационной системе, способной к обучению. Задача противника состоит в том, чтобы, манипулируя входными данными, активизировать в системе-жертве требуемые программы или процессы, приводящие к генерации подобного рода программ [Расторгуев, 2006]. Это может достигаться распространением «мемов» (как единиц копирования, подражания таким явлениям, как мода в целом, определённый тип и стиль одежды, музыки, идеи, политические убеждения, религиозные воззрения, конкретные социальные практики, виды развлечений и т.д.) и «медиавирусов» [Другая холодная …, 2014; Рашкофф, 2003].

Информационное влияние на процессы самоорганизации социетального дискурса предполагает демонстрацию превосходства дискурса «прогрессивного человечества», что позволяет заразить общество изнутри инновацией. В обществе появляется группа сторонников «прогрессивного» дискурса, которая старается занести этот информационный вирус в структуры самоорганизации общества, воспроизводящие социетальный дискурс. Для трансформации социетального дискурса по чисто технологическим причинам нет нужды преобразовывать сознание всего населения. Достаточным оказывается значительно более простой и менее затратный вариант: добиваться нужного поведения общества воздействием не на все его слои, а лишь на ту часть общества, которая является примером для подражания и/или участвует в организации процессов жизнедеятельности и/или обеспечивает формирование дискурса и его качества. То есть на некую часть экономической, политической, культурной (в том числе научной) элиты, которая продвигает дискурс как представитель официального социетального дискурса. Эта часть элиты, разочарованная социальным неблагополучием общества (приписываемому последствиям существующего социального проекта), постепенно включается в деятельность глобализационных проектов, подвергаясь при этом форсированному воздействию информационных технологий и стимулированной перестройке сознания. В результате она начинает исповедовать иные ценности, по-другому воспринимать окружающий мир и совершенно иначе реагировать на его воздействия. Дискурс этой группы людей все дальше отходит от традиционного социетального дискурса, и это позиционирование переносится на другие слои общества. Недовольство уровнем жизни, недоверие к официальным институтам, осмысление истории страны в негативном ключе приводят общество к осознанию того, что дальнейшее использование традиционного дискурса для решения проблем, стоящих перед страной, нецелесообразно и что необходимо его обновление.

Государство, не пользующееся доверием у своих граждан, является системой с пониженной устойчивостью, которая становится весьма

чувствительной к случайным колебаниям внутренней и внешней среды, к ситуативным воздействиям, в том числе к информационным. Сужение роли государства в ходе глобализации ограничивает влияние общества на реально осуществляемую политику и на свое собственное развитие. Это способствует созданию контекста, максимально благоприятствующего виртуальному «слому» существующей политической системы и навязыванию этому обществу внешних социальных проектов, которые могут в исторической перспективе вести к вырождению природы этого общества [Почепцов, 2004].

Управление процессами самовоспроизведения социетального дискурса основано на качестве предлагаемого дискурса. Предложив привлекательный, «совершенный» дискурс, незачем внедрять его силой – субъекты общества самостоятельно начнут организовывать свою жизнь в соответствии с этим дискурсом и продвигать его в коммуникациях. Граждане многих стран сами стремятся к результатам, достигаемым лидером прогресса, соблазн всегда эффективнее принуждения, а такие ценности, как демократия, права человека и индивидуальные возможности, глубоко соблазнительны [Най, 2006].

На этом основана концепция «мягкой силы», реализация которой нацелена на борьбу за умы представителей других стран и культур. Инструментом реализации политики «мягкой», а затем «умной» силы стали технологии «управляемого хаоса», предлагаемые Стивеном Манном [Манн…]. Эти технологии направлены на заражение других народов, выбранных в качестве целей влияния, программным обеспечением (под которым понимается необходимая идеология, дискурс), которое может «направить развитие системы в нужное русло».

«Мягкая сила» подразумевает продвижение национальных интересов под видом образовательного, культурного, неполитического сотрудничества. Этот термин можно определить как способ делать свои решения, политику, образ жизни, ценности и цели привлекательными для иной аудитории, контрагентов, объектов влияния. Арсенал «мягкой власти» включает в себя средства и методы

воздействия, в основе которых лежит коммуникация, а главным орудием является информация. Важнейший принцип «мягкой власти» по Дж. С. Наю — убеждение цивилизаций-мишеней в превосходстве американской модели жизнеустройства [Най, 2006]. Мягкая сила заключена в качестве дискурса, которое часто подменяется внешней привлекательностью декларируемой версии дискурса. Чтобы разглядеть ее неафишируемые стороны, необходимо уже качество дискурса потребителя информации.

Дж. Най выделил следующие важнейшие источники «мягкой силы» США. Во-первых, это культура страны**,** пропагандирующая американский образ жизни, – в Америке культурное поле простирается от Гарварда до Голливуда. Во-вторых, политические идеалы, регулирующие пространство взаимоотношений субъектов, которые могут быть очень привлекательными для других, – это и «демократия», и принцип «свободы слова», и «равенство возможностей». В-третьих, легитимность внешней политики, под которой понимается такой образ действий правительства, который другие народы могут признать соразмерной защитой национальных интересов США, правомочность насаждения «правильного» мирового порядка, борющегося со злом в разных странах [Най, 2006]. Но эти источники имеют и обратную сторону. Заманчивый образ жизни достигается неравноценным обменом, США производят 20% мирового ВВП, а потребляют 40% [Иванов, Малинецкий 2015]**.** Хотя многих именно потребительская сторона жизни и прельщает. Привлекательные политические идеалы равенства возможностей не переносятся на международную сферу, там США проповедуют собственную исключительность. Легитимность внешней политики подменяется правом сильного вершить правосудие по своим законам, где ему вздумается. Мягкая сила – это привлекательность богатого общества, за витриной которого эксплуатация и нажива [Другая холодная …, 2014].

Современные информационные технологи способствуют проведению «мягкой силы». Социальные сети по факту являются пространствами жизнедеятельности их пользователей, в которых они проводят наибольшее время,

выполняя при этом функцию программирования дискурса, когда потребители воспроизводят дискурс сети. Для большинства людей во всем мире достижение творческой самореализации в своей жизни является проблемой. И тут человеку предлагают пространство, в котором он испытывает сопричастность к чему-то большему, ему предлагают осмысленную деятельность, которая носит реальный характер. Очень важным параметром социальных сетей интернета стали технологии Веб 2.0 – каждый может стать художником, выложить свой рисунок или фотографию, получить социальное признание, стать известным, выйдя на YouTube. Подобные степени самовыражения и свободы на порядок выше тех, что были до этого. Особенно привлекателен этот дискурс для молодежи, и он выигрывает у дискурса, предлагаемого традиционным обществом. Это способствует продвижению нового дискурса, прививает составные части нового мировоззренческого стереотипа, основными положениями которого являются: освобождение от авторитетов (государственных, военных, религиозных), отрицание любой иерархии и семейных ценностей, экологизм (как доктрина равенства «прав природы» над правами человека и даже приоритета над последними), защита сексуальных и этнических меньшинств, антиклерикализм, информационная прозрачность, оборачивающаяся тотальной электронной слежкой, и, в конечном счёте, отказ от суверенитета государства в пользу глобальных наднациональных структур. В обязательном порядке присутствует указание на то, что не подходят для современной жизни и полностью дискредитировали себя все структуры, характерные для национального государства, – вертикаль власти, традиционные институты, такие как церковь, семья, система образования [Другая холодная …, 2014].

Управление процессами самоорганизации социетального дискурса приводит к созданию способной к обучению системы (ре)конструирования дискурса, обеспечивающей его совершенствование в ходе коммуникаций внутри общества [Плющ, 2017a; Плющ, 2017b]. Эта система включает подсистемы управления социальными институтами, пространством социальных коммуникаций,

структурами совершенствования социетального дискурса. Совершенствование самоорганизации социетального дискурса предполагает коммуникации с представителями других социетальных дискурсов и возможность управлять конструированием совместного дискурса глобализации, что позволяет входить в круг его авторов. Если в результате управления процессами самоорганизации социетального дискурса качество дискурса, позволяющее обществу и его субъектам успешно функционировать и отвечать на вызовы времени, не достигается, то у общества небольшой выбор. Ему придется или ориентироваться на другой социетальный дискурс, прекращая свое существование в качестве самостоятельного субъекта, или менять социальную организацию.

Технологии информационного влияния позволяют организовать управление жизнедеятельностью субъектов общества на основе предоставляемой им информации. Они рассмотрены как деятельность по конструированию механизмов информационного влияния, которая обеспечивает продвижение дискурса субъекта влияния. Эти технологии предусматривают управление конструированием контекста ситуации коммуникации и управление процессами (ре)конструирования социетального дискурса, позволяющими организовывать жизнедеятельность общества, в котором протекают коммуникации субъектов. Технологии информационного влияния на общество включают в себя технологии создания привлекательного дискурса, управления процессами жизнедеятельности общества (включая процессы самоорганизации социетального дискурса), управления управлением конструирования совместного дискурса глобализации. В результате субъект влияния получает возможность предлагать модель глобализации, контролировать процесс конструирования совместного дискурса глобализации, выбирать цели осуществления этой модели глобализации.

## 6.3. Обеспечение информационной безопасности общества

### *Деструктивное информационное влияние*

В рамках предлагаемого подхода коммуникация рассматривается как конструирование совместного дискурса субъектами коммуникации, а информационное влияние – как увеличение роли дискурса субъекта влияния в дискурсе потребителя информации. Под деструктивным информационным влиянием понимаем такое изменение организации дискурса потребителя информации, которое приводит к снижению качества жизнедеятельности этого субъекта. Можно выделить ряд сложностей, затрудняющих однозначную диагностику деструктивности информационного влияния. Информационное влияние является только одной из причин трансформации дискурса, в свою очередь, качество жизнедеятельности определяется не только состоянием дискурса. Изменения сложноорганизованного дискурса могут происходить не одномоментно, и с учетом того, что преобразования дискурса чаще всего не ведут к мгновенным преобразованиям жизнедеятельности, необходимо задание временного промежутка оценивания, на протяжении которого эти изменения дискурса проявляются в процессе жизнедеятельности. К тому же, качество жизнедеятельности субъекта является субъективным показателем, заложенным в его дискурсе, который непрерывно обновляется.

Деструктивность информационного влияния может проявляться в содержании предложенного дискурса, в способах организации совместного дискурса, в результатах жизнедеятельности, осуществляемой на основе преобразованного дискурса. Показателями деструктивности в содержании дискурса могут быть предложения асоциальных практик, замкнутого круга коммуникаций избранных субъектов, претензии на абсолютизм дискурса, без очерчивания границ применений, условий функционирования и периода действия. Одноразовые информационные воздействия с такими предложениями не всегда несут угрозу для зрелого субъекта, но для незрелого субъекта они могут

представлять опасность своей сиюминутной привлекательностью, учитывая, что эти субъекты не всегда могут представлять отдаленные последствия таких действий. С одной стороны, знакомство с предлагаемыми практиками может быть расширением представлений потребителя о многообразии мира, с другой стороны, если они перерастут в постоянные практики и отобразятся в структурных особенностях дискурса, то могут затруднять функционирование в обществе. Еще одним показателем деструктивности будет потеря субъектности потребителя информации при конструировании совместного дискурса. Это приводит к доминированию роли дискурса субъекта влияния в преобразованном дискурсе потребителя информации. В случае унитарной или системной организации дискурса это грозит потребителю снижением роли его традиционного дискурса, что может привести к исторической амнезии и отказу от своего прошлого. Показателями деструктивности преобразованного дискурса будут особенности его организации, проявляющиеся в акцентуации на отдельных фрагментах картины мира, в сужении числа соавторов, в субъектоцентризме при конструировании дискурса.

Следствием деструктивного информационного влияния может быть свертывание связей с миром, разбалансирование целостной самоорганизации субъекта, сужение горизонтов его развития [Ліщинська, 2013; Плющ, 2014а]. Для групповых и коллективных субъектов результаты деструктивного воздействия более наглядны, их можно заметить в нарушении их привычного функционирования. У индивидуальных субъектов обнаружить изменения их внутренней организации сложнее, хотя с течением времени они также проявляются в изменениях состояния и поведения. Заметим, что информационные воздействия, ведущие, например, к дезинтеграции террористических организаций и перестройке ментальных структур лиц с асоциальными формами поведения, расцениваются как одобряемые и вполне законные способы воздействия. В рамках синергетического понимания дезинтеграция организации коллективного субъекта может означать потенциальную возможность его обновления.

Разложение структуры на элементы более низкого уровня может вызвать к жизни новые формы самоорганизации или продолжить разложение на еще меньшие элементы. В общем случае, дезинтеграционные процессы могут быть индикатором как возможного обновления, так и потенциальной физической гибели.

Оценка деструктивности дискурса, продвигаемого субъектом влияния, может быть обусловлена организацией дискурса потребителя информации. В закрытом обществе с унитарным типом дискурса продвижение любого альтернативного дискурса несет угрозу как дискурсу, так и устойчивости этого общества. Поэтому поступающая информация, не вписывающаяся в рамки дискурса этого общества, может восприниматься деструктивной. В открытом обществе с системным типом социетального дискурса деструктивным может быть обозначен дискурс субъектов, не входящих в число его авторов и/или предлагающих другие способы организации социетального дискурса с равноправным участием других авторов. Это несет угрозу сложившемуся социальному порядку, который воспроизводится в дискурсе. В открытом обществе с синергетическим типом социетального дискурса, в котором все субъекты входят в число его соавторов, дискурс отдельных субъектов может быть деструктивным, если в нем провозглашается избранность неких групповых субъектов общества. Оценивание деструктивности дискурса других субъектов может базироваться на содержании дискурса, принадлежности автора к другому сообществу, иных основаниях организации группового автора совместного дискурса.

В общем случае определить деструктивный характер информационного влияния достаточно сложно, поскольку он предполагает анализ долгосрочных целей авторов информации. Информация является инструментом субъекта влияния в коммуникации, когда он может маскировать свои замыслы. В обществе всегда присутствует информационный шум. Поступление новой информации может вести к неоправданным затратам на ее переработку, к расходованию

ограниченных физических ресурсов. Добавление новых, часто несущественных, деталей в картину мира рассеивает внимание и затрудняет принятие адекватного решения. О целях коммуникации можно судить по декларациям, деятельности субъекта влияния и результатам его деятельности. Расхождения между ними могут быть следствием сложности организации деятельности по воплощению дискурса, скрыванию долгосрочных целей субъекта влияния, низкого качества предлагаемого дискурса. Вполне возможно, что за декларациями о совместной выгоде, предложениями решений ситуативных проблем, которые доказывают свою эффективность, субъект влияния скрывает свои долгосрочные эгоистичные планы, идущие вразрез с интересами потребителя информации.

В литературе дано множество примеров деструктивного информационного влияния, или так называемой «промывки мозгов», и приводятся условия, способствующие эффективному его осуществлению [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Лифтон, 2005]. Во-первых, это влияние направлено прежде всего на людей с нарушенными привычными социальными связями, которые испытывают чувства социальной отверженности, одиночества или страха, неуверенности в собственном будущем, то есть на тех, у кого наблюдаются повышенная неустойчивость дискурса и неудовлетворенность его качеством, что вызывает повышенную чувствительность к целенаправленным воздействиям. Во-вторых, этих людей помещают в сконструированную среду и пытаются оградить их от внешних социальных контактов, предотвратив возможность альтернативного смыслотворчества. Окружив их сторонниками предлагаемого дискурса, им регламентируют образ жизни, не оставляющий времени для рефлексивных выходов. В-третьих, эти люди оказываются в атмосфере всепоглощающей «любви», им предлагают идеи, помогающие преодолевать трудности и несовершенства современной жизни, находя простые решения злободневных проблем современности, опираясь на любовь, веру и нравственность в рамках отдельной группы. Предлагаются также образцы «позитивного» мышления, усвоение которых позволяет почувствовать себя частью этой «совершенной»

группы. При этом используется богатый арсенал стандартных техник межличностного влияния.

Обеспечение контроля со стороны среды дает возможность «исправления мышления», продвижения необходимого дискурса [Лифтон, 2005]. В основе принятия нового дискурса лежат неудовлетворенность потребителя самореализацией в обществе, недовольство качеством собственного дискурса и привлекательность предлагаемого дискурса. «Добровольное» принятие нового дискурса может быть обусловлено как желанием физического выживания, так и стремлением адаптироваться к требованиям среды, сделать в ней карьеру. Ощущения «высокой цели», «избранности» своей деятельности по ее осуществлению и себя как «авангарда» этого движения способствуют мистической убежденности в правильности своего выбора. Эти ощущения дополняются чувством вины за свое прошлое и настоящее, в которых субъект прилагал мало усилий и недостаточно «чист» в своих стремлениях к идеальным образцам светлого будущего. Подобное чувство предполагает культ исповеди и очищения от наследия недостойного прошлого, подразумевающий символическое подчинение чужой воле.

Можно выделить следующие факторы, способствующие оказанию деструктивного информационного влияния: ситуативная привлекательность транслируемого дискурса, множественность возможных смыслов информации, неустойчивость (динамического равновесия) организации дискурса потребителя информации. Изолировать субъектов общества от деструктивного информационного влияния – вряд ли выполнимая задача, тем более, что «запретный плод сладок». Развитие медиакультуры потребителя информации, подразумевающей его умение работать с информацией и ее источниками, является необходимым, но недостаточным условием противостояния деструктивному информационному влиянию.

Отследить процессы деструктивного информационного влияния можно по следующим показателям: по распространению в пространстве социальных

коммуникаций информации, содержащей дискурс субъекта влияния; по изменениям состояния социума, в котором уменьшается поддержка традиционного дискурса и увеличивается количество сторонников дискурса субъекта влияния; по изменению социетального дискурса, когда происходят трансформации целей развития общества в соответствии с дискурсом субъекта влияния. Способность противостоять деструктивному информационному влиянию обеспечивается социальной зрелостью индивидуальных субъектов, условиями их жизнедеятельности, привлекательными целями общественного развития. Это предусматривает:

1) сложность организации дискурса потребителя, предоставляющую возможность реконструировать дискурс субъекта влияния (распознавать его цели) и конструировать совместный дискурс, включающий фрагменты дискурсов обоих субъектов;

2) наличие сложноорганизованной структуры социума, в который включен потребитель. Возможность многообразия социальных практик и коммуникаций потребителя ведет к включению дискурсов различных субъектов в дискурс субъекта, что позволяет анализировать информацию с различных точек зрения. Плюрализм мнений, царящих в информационном пространстве, и свобода выбора источников информации позволяют уменьшить зависимость потребителя от навязывания ему дискурса субъекта влияния;

3) качество постоянно обновляемого социетального дискурса, усваиваемого потребителем. В изменяющемся мире наблюдается локальная эффективность социетальных дискурсов, пригодных для конкретных обществ в определенных исторических условиях, поэтому неуверенность в «правильности» дискурса порождает восприимчивость к информационным воздействиям.

***Риски для потребителя информации, связанные с ситуацией информационного влияния***

Информационное влияние как продвижение дискурса субъекта влияния осуществляется в рамках коммуникации субъектов. Исходя из такого понимания,

выделим следующие виды рисков для потребителя информации, связанных с распространением информации, которые способствуют неконтролируемому продвижению дискурса субъекта влияния:

- особенности ситуации коммуникации;
- особенности субъекта влияния;
- особенности потребителя информации.

Риски – это вызов для общества, который оно может использовать для саморазвития. Понимание рисков дает возможность обеспечить условия развития общества, организовать мероприятия, способствующие его информационной безопасности.

*Особенности современной ситуации коммуникации*

Вследствие усложнения и динамичности социальных процессов в обществе все меньше сведений, необходимых для своего социального поведения и жизни в обществе, может получить индивидуальный субъект, основываясь только на своем житейском опыте. Условия жизнедеятельности человека задают информационные потоки, в которые он погружен. В изменяющемся мире происходит непрерывное обновление знаний, а владение информационными технологиями позволяет получать конкурентные преимущества. С развитием этих технологий растут скорость и объемы передачи информации, мир делается прозрачным, когда границы государств, в том числе и границы информационных пространств, становятся все более и более условными. Современный социум становится проницаемым для любых информационных импульсов. Благодаря телевидению и развивающемуся интернету информационное пространство, будучи одним из важнейших инструментов массовой коммуникации, приобрело признаки глобальных структур.

Информация влияет на принятие многих решений не только прямыми посылами, но и косвенно, эффективно подготавливая и развивая общественное мнение в нужном русле. Каждый может разместить в интернете произвольную информацию, любая социальная группа может генерировать и трансформировать

информацию в каналах коммуникации в соответствии с собственными целями. Множественность игроков на социально-информационном поле, получивших возможность информационных воздействий, неконтролируемый объем информации, анонимные источники информации, возможность доступа к информации для огромного числа людей привели к снижению и даже кризису управляемости информационного пространства. Информационная сфера общества, как совокупность медийных ресурсов, коммуникативных технологий и культурного потенциала общества, не имеет абсолютной защиты от прямого воздействия.

Интернет создает потенциальную возможность для вмешательства во внутренние дела государства, проникновения в закрытые до этого сферы и области, относящиеся к сферам государственных интересов и национальной безопасности. Становятся возможными хищение информации, распространение компьютерных вирусов, тайный мониторинг сетей, их взлом и нарушение деятельности. Субъекта воздействия достаточно часто бывает трудно определить и нейтрализовать. Информационное общество, обретя невиданную ранее свободу, динамизм развития, обрело и новую степень уязвимости перед деструктивными факторами и различными социальными девиациями [Сляднева, 2001а], которые могут привести к дезорганизации обществ [Бжезинский, 2009; Кара-Мурза, 2000].

Социальные конфликты и катаклизмы переносятся в информационную сферу, что привело к разработке доктрин «информационных войн» [Почепцов, 2001а]. В условиях глобализации международные структуры способны поставить под вопрос способность практически любого государства контролировать собственное символическое пространство. Транснациональные корпорации, работающие в сфере медиа-бизнеса, и мировые СМИ, имеющие на вооружении современные информационные технологии, могут создать необходимую им «картинку», понизить или поднять, в зависимости от задачи, рейтинг любой страны [Гузенкова, 2010].

Можно предположить, что новые социальные технологии должны способствовать демократизации всех сторон общественной жизни. Однако существующая неравномерность доступа к источникам информации допускает реальную возможность концентрации управления информационными потоками в руках достаточно узкого круга лиц, ставящих перед собой задачу направленного воздействия на массовое сознание или манипулирования им в политических целях. Современное «программируемое» общество отличается прежде всего возросшей ролью политической власти, которая скрывается за информационными технологиями.

Существующая асимметричность в различных странах в доступе к возможностям, предоставляемыми информационными технологиями, получила название «цифрового разрыва». Этот разрыв проявляется в сферах доступа к использованию таких технологий, к умениям использовать эти технологии и к возможностям их конструирования. Доступ как к ресурсу означает физическую возможность использовать оборудование, инфраструктуру и программное обеспечение, а также финансовую состоятельность, позволяющую осуществлять регулярную оплату услуг интернета. Использование информационных технологий в профессиональной деятельности и для организации форм групповой социальной активности предполагает наличие в обществе условий для применения этих технологий как инструмента социальных коммуникаций. Доступ к технологиям конструирования информационных технологий позволяет использовать их как инструменты социального управления, влияя на других субъектов. Youtube, Twitter, социальные сети превращаются в один из инструментов пропаганды конкретных политических сил. Отдельным странам, даже очень крупным, трудно раскрутить что-нибудь конкурентоспособное с Youtube или Facebook, а создаваемые новые проекты могут быть перекуплены.

Наличные организационно-структурные особенности всего комплекса интернет-технологий, ключевые узлы инфраструктуры и регулирующие инстанции находятся в ведении одной страны, равно как и отрасль создания

важнейших компонентов самих компьютерных устройств. Монополии в информационных технологиях позволяют использовать их как средство получения прибыли для осуществления глобального информационного контроля, для ограничения распространения новейших технологий управления. Вследствие этого в наиболее развитых технологических странах концентрируется почти вся интеллектуальная индустрия. Эти страны становятся держателями основных интеллектуальных ресурсов, производителями доминантных информационных технологий, продуцентами основных культурных и социально-гуманитарных потребностей. Остальные страны мира превращаются в потребителей информационной технологии и информационной продукции, производителей сырья и отдельных видов промышленной продукции [Ракитов, 1991].

Информационно-компьютерные технологии становятся определяющим фактором формирования культуры XXI в., когда ключевой характеристикой пользователя оказывается его информационная дееспособность. В условиях избытка информации становится невозможно освоить весь информационный поток. Фрагментация информации затрудняет интеллектуальное осмысление больших ее объемов. Огромная система звеньев выработки, передачи и хранения информации делает труднодоступным нахождение первоисточника информации, скрывая субъекта влияния. В связи с этим умение работать с информацией становится элементарным требованием обеспечения жизнедеятельности индивидуального субъекта в информационном обществе.

Традиционные институты трансляции культуры – семья и школа – уже не справляются со своей функцией программирования дискурса подрастающего поколения. Ее перенимают виртуальные пространства, в которых потребители проводят все больше времени. Ежедневного потребления информации телевидения и радио в течение 4 часов вполне достаточно, чтобы у части зрителей и слушателей были сформированы представления, нужные заказчикам, даже если эти представления противоречат реальности [Майерс, 2013]. Количество времени, которое человек привык проводить в социальных сетях и со своим мобильным

гаджетом, обусловливает его неприятие нормативного дискурса социума и протестную активность [Восканян и др, 2014]. Получение информации считается процессом, полностью подвластным субъекту. В то же время в современном обществе индивидуальный субъект находится во власти глобальных информационных потоков, не имея возможности осуществлять контроль над ними, влиять на них и самостоятельно определять цели их организаторов.

Современная эпоха характеризуется тем, что люди все больше времени проводят в информационном пространстве. Число людей, включённых в глобальную сеть, к концу 2012 г. составило 2,4 млрд., 62% пользователей интернета пользуются соцсетями, нахождение в которых является сегодня самой популярной активностью интернет-пользователей. Число пользователей Facebook, хотя бы один раз в месяц посещающих эту социальную сеть, в октябре 2012 г. превысило 1 млрд. человек. Число активных пользователей Twitter в декабре 2012 г. составило 200 млн. человек. На Facebook каждый день загружается 300 млн. новых фотографий, на YouTube каждый день проходит 4 млрд. просмотров видеороликов [Восканян и др, 2014]. В глобализирующемся мире вся социально-экономическая, политическая и культурная структура пронизана информационными каналами, которые составляют сети, превращающиеся из технического средства в пространство жизнедеятельности. Новые информационные технологии (виртуальное общение, игры, социальные сети и другие Web 2.0 технологии) позволяют их пользователям конструировать «новую социальность», когда люди создают виртуальную реальность, параллельную социальному миру.

Сетевая самоорганизация, свобода от государства, идея равенства и прямой демократии, поддержка разнообразия и уникальности, безграничное пространство самореализации создают у обитателей виртуальной среды иллюзию превосходства их сообществ над традиционными общественными институтами. Если государство неспособно создать достойные условия для жизни граждан, то участники виртуальных сообществ поддерживают протестную активность и

готовы идти за своими лидерами. При этом они убеждены, что действуют добровольно, сами выбрали лидеров и сами их контролируют. Вместе с тем уровень современных информационных технологий позволяет скрытым субъектам влияния конструировать эту виртуальную среду и управлять ее процессами.

Энергия пользователей сетей расходуется в основном на мультиплицируемость канала коммуникации и цитируемость чужого контента, канал при этом размножается, обеспечивая связь через разные ресурсы, в которые включен реципиент, но качественные параметры коммуникации, связанные с усвоением информации, ее анализом, собственной интерпретацией, осмыслением, резко снижаются [Восканян и др., 2014]. С психологической точки зрения, пользователь воспринимает свою страницу как некое личное пространство, что обусловлено особенностями социальных сетей, такими как самостоятельный выбор круга общения и фильтрация контента посредством участия в сообществах, интересных пользователю. Именно из-за этой персонализации доверие пользователя социальной сети к получаемой информации априори выше, чем к информации, получаемой из других источников, таких как федеральные СМИ и даже интернет-СМИ [Гладышев-Лядов, 2013]. Система циркуляции информации с помощью фильтров социальных сетей, когда, например, пользователи Facebook и Twitter могут организовывать специальные ленты новостей, извещения и sms-сообщения, значительно повышает степень релевантности информации ожиданию реципиента. Условно это можно назвать «веерным» каналом коммуникации, который обеспечивает общение личности сразу со многими, но не расширяя представления о действительности, а унифицируя базовые установки. Контент интернета и его формат нацелены в большей части на мгновенный эмоциональный отклик, который затрудняет рациональное, осознанное построение целостной картины происходящего и своего места в нем [Черемных и др., 2013]. При этом консолидируется квазиреферентная группа, благодаря чему опять же возрастет доверие к информации в интернете [Восканян и др., 2014].

Отсутствие опыта коммуникации с инакомыслящими субъектами затрудняет конструирование с ними совместного дискурса.

Интенсификация коммуникаций с виртуальными единомышленниками не компенсирует ослабления социальных связей, чувства солидарности с обществом, причастности к его конструированию, запуская механизм социализации, который девальвирует ценность сложноорганизованного общества. С помощью интернета реализуется запрос на совместное участие в деятельности, которую люди воспринимают как значимую и имеющую позитивную цель, имея возможность чувствовать свою причастность к определённой миссии. Самореализация в акциях «малых дел», «малых свобод» и «малых справедливостей» создает иллюзию легких, «кнопочных» решений любых проблем [Восканян и др., 2014]. Эти обстоятельства существенно изменили метрику современной действительности и сделали практически бесполезной всю предыдущую культуру, которая формировалась в принципиально иных условиях. Экстраполяция поведенческих норм виртуального пространства за его пределы делает невозможным их использование в масштабных проектах всего общества, которые предполагают согласование этих проектов с другими коллективными субъектами и совместную сложноорганизованную деятельность.

Виртуальное пространство, как это часто представляется его участникам, имеет ключевое преимущество перед реальностью тем, что является пространством прямой демократии. Пользователи в сети методом прямого голосования в состоянии влиять на решение многих вопросов, как антитеза реальному миру, где государственные, общественные институты и корпорации «погрязли в самообогащении» и управляют людьми посредством обмана. Вовлекаемые в виртуальную реальность противопоставляют ее организацию общественному устройству реального мира, культура которого не может или не считает нужным компенсировать дефицит искренности, организовать сотрудничество на принципах товарищества и братства [Восканян и др., 2014].

В параллельном пространстве нет места традиционной культуре общества, его дискурсу, который развертывается во времени и базируется на традициях и исторической преемственности. Сложноорганизованный мир не предусмотрен, право на существование имеет только унифицированная глобальная культура информационного мира, которая объединяет «креативных» людей в социальных сетях. В них отжили себя все структуры, характерные для национального государства, что, в конечном счете, приводит к отказу от суверенитета государства в пользу глобальных наднациональных структур [Другая холодная …, 2014]. Перспективы саморазвития общества, его готовность к неожиданным испытаниям ставятся под сомнение. При этом самыми непосвященными, но самыми активными, которые занимаются информационно-психологической обработкой родного «общества-мишени» за собственный счет в качестве волонтера-энтузиаста, являются участники социальных сетей [Восканян и др, 2014].

Интернет, возникший как техническое средство передачи информации, имеет и другие функциональные возможности. У потребителей информации появились новые формы участия в коммуникациях, когда они могут становиться соавторами пространства социальных коммуникаций. Это позволяет участникам социальных сетей конструировать параллельные социальные реальности, более значимые, чем существующая. Возникли новые технологии управления индивидуальными субъектами, сетями, обществом в целом, использующие технические возможности для конструирования виртуальной реальности. Вследствие распространения глобальных социальных сетей они становятся частью социальной организации общества, к управлению которыми общество не имеет доступа. Эти сети, пользуясь своим положением, могут транслировать инородный дискурс, который может не предусматривать существование этого общества в будущем как самостоятельного государства и привести к замене традиционного дискурса.

Можно выделить следующие особенности современной ситуации коммуникации, несущие риски для потребителя информации: большой объем поступающей фрагментированной информации, смысл которой трудно реконструировать; множество скрытых авторов информационного пространства, затрудняющих их идентификацию и реконструкцию их целей; современные информационные технологии, позволяющие создавать внутри обществ социальные структуры, к управлению которыми у общества нет доступа.

*Особенности субъекта влияния*

Основная цель субъекта влияния – это продвижение собственного дискурса с использованием основных механизмов информационного влияния: информации, организации социального контекста, программирования дискурса. Угрозу для потребителя информации может представлять содержание информации, организация пространства социальных коммуникаций (включающего информационное пространство), неучастие в конструировании совместного дискурса.

Содержание информации может нести угрозу для привычного функционирования общества, а современные информационные технологии позволяют обеспечить свободный доступ к подобной информации. Интернет может использоваться в качестве мощного канала дезинформации, для предоставления всеобщего доступа к порнографии, для распространения руководств по изготовлению взрывных устройств, для пропаганды идей экстремистского характера, для рассылки компьютерных вирусов и т.д. Распространяемая информация может угрожать физическому или психическому здоровью человека – религиозное сектантство, распространение мистических учений, магии, целительства, шаманства, непристойностей. Проблема обеспечения безопасности осложняется отсутствием в сети какого-либо управляющего или контролирующего органа, анонимностью субъектов злонамеренных действий, причиняющих ущерб пользователю, отсутствием географических границ, трудно определяемой национальной принадлежностью

объектов сети [Смолян, 1999]. Проблема скрытого воздействия является чрезвычайно серьезной, потому что такое влияние может стать опасным информационно-психологическим оружием в руках деструктивно настроенных сил. Особую роль в этих процессах играют те масс-медиа, которые открыто отрабатывают приемы насилия над личностью с целью принуждения ее к пограничному в духовно-нравственном плане поведению, расширяют формы и методы «информационной маскировки» лжи, провоцируя тем самым различного рода поведенческие девиации.

В информационном обществе в пространстве социальных коммуникаций возрастает роль информационного пространства СМИ. Большинство индивидуальных субъектов, регулярно контактирующих с информационным пространством СМИ, ориентируются на его доминирующий дискурс [Брайант, Томпсон, 2004; Інформаційний вплив …, 2011]. Организация информационного пространства будет обусловливать присутствие в нем дискурсов различных политических субъектов и возможность ознакомления с ними. В условиях монополизации этого пространства одним субъектом потребители информации будут придерживаться дискурса этого субъекта. Отсутствие контроля над собственным информационным пространством означает возможность неконтролируемого доступа в него внешних сил, получающих благоприятные условия для продвижения собственного дискурса.

Управление организацией пространства социальных коммуникаций позволяет регулировать допуск в него различных субъектов, могущих нести угрозу традиционному социетальному дискурсу. Деятельность субъекта влияния по продвижению его дискурса в пространство социальных коммуникаций позволяет прогнозировать возможные риски для дискурса этого социума.

Коммуникация предоставляет возможность конструирования совместного дискурса. Возможность допуска потребителя информации к числу авторов совместного дискурса и будет определять, существует ли угроза его дискурсу. Возникает вопрос, обладает ли потребитель информации потенциалом,

позволяющим ему реконструировать цели субъекта влияния. Потребитель должен иметь возможность реконструировать цели, заложенные в знаковом тексте, в организации коммуникации (социальном тексте), в модели организации совместного дискурса (дискурсивном тексте) и сравнить их соответствие. Просчитать долгосрочные цели субъекта влияния достаточно сложно, он может их умело скрывать, а ближайшие цели могут изменяться в ходе коммуникации или быть неконкретными (технология «неопределенность договоренностей») [Здравствуй …, 2014]. Следовательно, потребитель информации должен уметь постоянно отслеживать динамику реконструируемых целей субъекта влияния.

Для потребителя информации риски со стороны субъекта влияния состоят в распространении субъектом влияния деструктивной информации, в захвате им контроля над управлением пространством социальных коммуникаций, в ограничении субъектом влияния возможностей других субъектов участвовать в конструировании совместного дискурса.

*Особенности организации общества (как потребителя информации)*

Информационное влияние рассматривается как влияние информации, автора и его дискурса. Как потребитель информации, общество должно уметь распознавать опасности, которые может нести информация, противостоять субъекту влияния и неконтролируемому продвижению его дискурса. Отличительной чертой информационного общества является деятельность по работе с информацией (обработкой данных, управлением информационными потоками и анализом информации). Возникает проблема подготовки людей к новым условиям жизни и профессиональной деятельности в технологизированной информационной среде, обучении их самостоятельно действовать в ней, эффективно использовать ее возможности и защищаться от негативных воздействий. Качество социетального дискурса должно предоставлять возможности индивидуальным субъектам распознавать в информации субъектов влияния и их цели и обеспечивать условия социализации (систему образования) индивидуальных субъектов, способствующие усвоению этого качества.

Противостоять субъекту влияния способно «здоровое» общество, субъекты которого удовлетворены жизнедеятельностью общества, имеющимся дискурсом и возможностью его коррекции. Возникают вопросы, насколько организация жизнедеятельности общества способствует процветанию его субъектов, обеспечивает ли общество условия для самореализации людей или в нем наблюдаются социальная неопределенность, тревожность, низкий уровень доверия социальным институтам и власти. Если индивидуальные субъекты не удовлетворены качеством жизни, то имеют ли они возможность вносить изменения в существующий социетальный дискурс. Готово ли общество к социальному диалогу или в нем отмечается низкая политическая культура, происходит деформация общественных ценностей, повышается уровень ксенофобии, нетерпимости, а молодое поколение (особенно в подростковом возрасте) не имеет достаточно твердой установки на неприятие идей экстремизма и терроризма и, тем более, на противодействие им. Существуют ли у общества ясные цели развития или масштабные проекты создания новой экономической, социальной и культурной реальности отсутствуют. Вакуум стратегий созидательного развития предрасполагает к расслоению общества по имущественным, этнорелигиозным, региональным и культурно-эстетическим признакам, к самозамыканию в субкультурах и напряжённости между ними. В результате общество отчуждается от культурных традиций, заложенных в социетальном дискурсе, и готово ориентироваться на социальные проекты, предложенные в рамках других дискурсов. Во всех разновидностях «информационной войны» важнейшей задачей является подчинение в культурном плане, когда слабая сторона не имеет доступа к конструированию смыслов и целей своего будущего. Если в обществе не развита информационная инфраструктура социальных коммуникаций, позволяющая использовать современные информационные технологии, и оно не управляет пространством социальных коммуникаций, то его возможности противостоять деструктивным технологиям субъекта влияния снижаются.

В настоящее время отмечается нарастающая неопределённость развития сложноорганизованного мира. В условиях непрестанных перемен, когда будущее туманно, важна возможность совершенствования, коррекции дискурса. Стратегическое поражение социальной системы может произойти вследствие внутренних системных причин, неспособности этой системы решать проблемы нарастающей сложности из-за используемого типа дискурса [Революция Никанорова …, 2013]. Стандартный путь развивающейся страны связан с копированием промышленных технологий и социальных институтов развитых стран. Это часто приводит к имитации систем управления и к деятельности социальных структур, исполняющих волю доминанта, которая ведет к закреплению отставания в уровне развития [Малинецкий, 2015].

Предлагая обществу соответствующий дискурс (например, «догоняющая модернизация» или «опережающее развитие»), можно подменить политическое влияние замаскированной властью дискурса, структурирующего социальные отношения, когда внутренние системы классификации социального мира воспроизводят в неузнаваемой форме непосредственно политические взаимоотношения субъектов [Бурдье, 2007]. Для этого бывает достаточно привести к управлению странами элиты, ориентированные на подчинение глобальным игрокам, которые займутся внедрением конструктов необходимого дискурса в жизнедеятельность общества, трансформируя его привычный уклад [Другая холодная **…**, 2014].

Способность противостоять неконтролируемому продвижению дискурса субъекта влияния зависит от возможности создания совместного дискурса, в котором потребитель информации может выступать в качестве одного из соавторов [Плющ, 2015]. Участие в конструировании совместного дискурса разных стран подразумевает, что в дискурсе каждой страны есть нечто ценное для других стран и эта страна может быть допущена в число соавторов метадискурса. В мире назревает фундаментальная переоценка парадигмы глобального развития и структуры миропорядка. Она предполагает не столько создание новых

международных организаций и новых блоков, сколько предложение новых способов межгосударственных отношений, которые будут складываться на основе критериев, выработанных многонациональными обществами, добившимися высокого ценностно-смыслового объединения своих обществ [Ахмадинежад, 2013]. Модель социального диалога, когда общество, дифференцированное по многим основаниям, смогло интегрировать все группы в единое целое, учитывая интересы всех групп, представляет ценность и для других обществ, и для мирового сообщества.

В информационную эпоху риски продвижения дискурса другого субъекта всегда присутствуют, другая страна, предлагая внешне более привлекательный дискурс и обладая технологиями информационного влияния, может потеснить другой дискурс, вплоть до его стирания. К основным рискам неготовности общества к информационным взаимодействиям относятся: некачественный социетальный дискурс, когда субъекты общества, работая с информацией, не умеют выделить автора дискурса и распознать его цели; неустойчивость состояния общества, когда часть его субъектов не удовлетворена социетальным дискурсом и предлагаемой в нем программой жизнедеятельности общества, в которой отсутствуют привлекательные смыслы и цели для этих субъектов; непривлекательность дискурса общества, когда его дискурс не представляет интерес для других обществ, что не способствует конструированию совместного дискурса на равноправных условиях.

Выделяются следующие риски для потребителя информации, которые способствуют продвижению дискурса субъекта влияния:

– неконтролируемое распространение информации скрытых субъектов влияния, которое вызывает снижение управляемости общества;

– намерения других субъектов единолично управлять процессами конструирования совместного дискурса;

– малый потенциал дискурса, не позволяющий потребителю информации овладеть современными технологиями работы с информацией, наладить

равноправные взаимоотношения с субъектом влияния, предлагать модели совместного будущего, интересные для других субъектов.

***Организация информационной безопасности общества***

Информационное влияние рассматривается как составная часть процесса коммуникации, в ходе которого осуществляется продвижение дискурса субъекта влияния. Общество как открытая система предусматривает сотрудничество с другими субъектами, включая обмен информационными потоками. Под информационной безопасностью будем понимать управление коммуникациями в условиях информационного влияния других субъектов, способствующее воспроизведению дискурса общества, его продвижению и совершенствованию его качества.

Стратегии информационной безопасности общества будут опираться на различные парадигмы коммуникации. Управление коммуникациями, базирующееся на субъект-объектной парадигме коммуникации, предполагает ограничение доступа к информации с дискурсом другого субъекта, которое достигается контролем над информационным пространством общества. Информация с дискурсом другого субъекта рассматривается как угроза функционированию собственного дискурса в условиях прямой конкуренции и не допускается в информационное пространство социума. В современных условиях запрещающими мерами защитить информационное пространство достаточно сложно (но на некоторое время можно). Во-первых, существует техническая возможность обойти ограничения и получить информацию (мобильная связь, спутниковое телевидение, Интернет). Во-вторых, существуют международные стандарты допуска к информации, и их нарушение может вызвать ответные меры. В-третьих, в обществе создается атмосфера недоверия, когда одна часть общества диктует всем остальным, что смотреть, о чем и как думать, лишая остальных возможности самостоятельно выбирать информацию.

Обеспечение информационной безопасности, опирающееся на субъект-субъектную парадигму коммуникации, предполагает управление коммуникацией в условиях открытости информационного пространства, когда другие субъекты имеют к нему доступ. Информационная безопасность достигается контролем над системой воспроизводства дискурса (управление деятельностью институтов общества, пространством социальных коммуникаций, системой самоорганизации дискурса). Предусматривается возможность дополнения собственного дискурса фрагментами дискурсов других субъектов. В условиях открытого общества возможности информационного влияния со стороны другого субъекта ограничены. Существующая система самоорганизации общества, доступ к структурам которой со стороны другого государства ограничен, в ходе жизнедеятельности воспроизводит социетальный дискурс, снижая возможности продвижения дискурса другого субъекта.

Информационная безопасность, основывающаяся на парадигме коллективного субъекта, когда все субъекты общества могут выступать в качестве соавторов совместного дискурса, осуществляется в условиях свободного распространения информации в социуме. Распространение информации не относится к враждебным действиям, напрямую угрожающим безопасности общества, а наоборот, возможность свободного доступа к ней провозглашается одним из достижений технического прогресса. Информационная безопасность общества достигается возможностью управления процессами конструирования совместного с субъектом влияния дискурса, который будет задавать направления преобразований дискурса каждого общества. Преобразования социетального дискурса проходят под управлением системы самоорганизации дискурса, которая способна к обучению. Эта система обеспечивает (ре)конструирование социетального дискурса, его воспроизведение во времени. Субъекты системы самоорганизации дискурса, обеспечивающей его преобразования, составляют часть общества. В ситуации свободного распространения информации существует возможность, продвигая дискурс на малую часть общества (субъектов системы

самоорганизации дискурса общества), трансформировать в нужном направлении социетальный дискурс. В дальнейшем воспроизводство внедренного дискурса будет осуществляться социальными структурами самого общества.

Продвижение инородного дискурса в систему самоорганизации социетального дискурса другого общества предусматривает следующие шаги.

1. Управление управленческими элитами общества. Это достигается или внедрением людей, поддерживающих этот дискурс, на высокие должности в социальной иерархии, или прививанием этого дискурса субъектам, находящимся на этих должностях, вовлекая их в деятельность международных структур в качестве исполнителей.

2. Управление структурами организации жизнедеятельности общества, воспроизводящими его дискурс. Предполагает демонстрацию несостоятельности имеющегося у общества дискурса. Это достигается нарушением привычного образа жизни, разладом деятельности социальных институтов. В пространстве социальных коммуникаций повышается роль сфер, в которых обеспечивается продвижение необходимого дискурса. Осуществляется контроль над информационным пространством, в котором традиционный дискурс дискредитируется, история страны преподносится как череда неудач и ненавязчиво демонстрируются образцы благополучной жизни в странах, которые являются носителями необходимого дискурса. Возрастает роль интернета, который для многих людей становится сферой жизнедеятельности, где они проводят большую часть своего времени. Там же предлагаются новые формы социальной организации (сети), которые, предлагая новый опыт, позволяют ее участникам отказываться от традиционных форм управления социумом и быть готовыми их трансформировать. Обеспечивается не только информационное воздействие, но и выявляются люди, готовые осуществлять демонтаж традиционных структур социума. В пространстве межличностных коммуникаций распространяется информация о красивой жизни «там» и о том, как все плохо «здесь».

3. Управление структурами самоорганизации дискурса предполагает, что они обнаруживают «низкое» качество традиционного дискурса, который требует обогащения международным опытом. Для этого обеспечиваются поездки за границу тех участников этих структур, которые видят возможность внедрения международного опыта. В условиях глобализации продвижение дискурса другого общества в систему самоорганизации социетального дискурса маскируется тем, что этот внедряемый дискурс получает статус дискурса глобализации, не афишируя, что у этого дискурса есть автор, который не готов допустить к его конструированию других авторов. Участвовать в деятельности международных организаций призывают, иначе как же без этого утверждать, что это дискурс глобализации, но принимать решения, которые не прошли одобрение у автора, редко получается. Один из примеров успешного применения технологии внедрения чужеродного дискурса в систему самоорганизации общества – «перестройка», при которой в общественное сознание была внедрена новая программа (само)организации жизнедеятельности общества, которая была агрессивно настроенной к старой программе, пыталась ее изменить и даже стереть [Почепцов, 2004; Лисичкин, Шелепин, 1999].

«Здоровое» же, успешно функционирующие общество обеспечивает условия воспроизведения собственного дискурса. Организация жизни общества, предоставляя возможность конструирования смыслов и целей жизни, создает условия для самореализации субъектов, удостоверяя качество дискурса. Убеждения индивидуумов в привлекательности концепции организации их общества воспроизводятся в ходе их включения в деятельность социальных институтов, подтверждаются в процессе социальных коммуникаций с другими субъектами этого общества и дополняются возможностями совершенствования этой концепции. В обществе осуществляется управление пространством социальных коммуникаций, позволяющее формировать доверие к обществу и к его институтам. Создаются условия для конкуренции мировоззрений групповых субъектов, самодеятельных общественных организаций, атмосфера терпимости к

инакомыслящим, развивается культура коммуникации. Информационное пространство контролируется: информация с дискурсами других субъектов доступна, но не занимает привилегированное положение, субъекты с другим дискурсом присутствуют, но не могут злоупотреблять своим социальным капиталом. В обществе налажены коммуникации на всех уровнях его организации, позволяющие каждому субъекту участвовать в конструировании дискурса и его совершенствовании. Приоритет в развитии общества задается управлением структурами самоорганизации дискурса: наличию системы подготовки управленческих кадров, управлению пространством социальных коммуникаций, развитию структур, отвечающих за качество и совершенствование дискурса, в первую очередь собственной науки.

В современном мире избежать информационного влияния невозможно, иное дело, как в рамках собственного дискурса сконструировать адекватную модель глобального мира, позволяющую успешно в нем развиваться. Ограничить продвижение дискурса другого общества можно не запретами, а созданием социальной системы с большей степенью привлекательности, энергетики и возможностей самореализации. В этой системе должно быть налажено функционирование структур, конструирующих ее дискурс знаковыми средствами и владеющих технологиями коммуникации, которые позволяют индивидуальным субъектам усваивать и воспроизводить этот дискурс.

Информационная безопасность обеспечивается самоорганизацией жизнедеятельности общества, функционирующего на основе сложноорганизованного дискурса. Она достигается контролем над информационным пространством, организацией жизнедеятельности общества, управлением процессами (ре)конструирования дискурса. Информация – это и знаковые тексты, и иллюстрация состояния общества, и предполагаемые способы конструирования совместного дискурса. Социум – это и непосредственная информация о его состоянии, и контекст коммуникации субъектов общества, и способ воспроизведения дискурса. Социетальный дискурс включает в себя и

пространство социальных коммуникаций, позволяющих его транслировать, и работающее «здоровое» общество как автора дискурса, и систему самоорганизации дискурса, предусматривающую его обновление.

Также информационная безопасность общества обусловлена состоянием конечного звена потребления информации – индивидуальным субъектом, качеством сформированного им дискурса. Коммуникация рассматривается как процесс конструирования совместного дискурса, когда потребитель, используя фрагменты дискурса автора, заложенные в информации, трансформирует собственный дискурс, совершенствуя его. В ходе социализации общество обеспечивает индивидуальному субъекту возможности усвоения, воспроизводства и совершенствования социетального дискурса. На него он будет опираться в коммуникациях, реконструируя дискурс субъекта влияния и принимая решение о внесении изменений в собственный дискурс. Наличие качественного дискурса предполагает умение индивидуальных субъектов работать с информацией, реконструируя технологии информационного влияния, используемые в ходе коммуникации. Эта работа предполагает деятельность со знаковым текстом, взаимодействие с автором, позволяющее реконструировать смыслы информации и цели автора, аутокоммуникацию, в процессе которой потребитель определяет необходимость преобразований собственного дискурса.

Работа с информацией означает умение человека прочитывать знаковый текст информации, выявляя смысл и цели авторов информации. У потребителя сформированы навыки проверки информации на достоверность: в каком издании опубликована, кто автор статьи или текста, какова его квалификация, каковы отзывы о нем специалистов. Потребитель умеет проверять и перепроверять изложенные факты, ему привито понимание фэйков и методик их разоблачения. Он владеет технологиями самоорганизации, у него выработан четкий и понятный алгоритм действий, когда он сталкивается с неизвестным явлением, проблемой и информацией. Он умеет получать информацию с помощью современных технологий, самостоятельно искать необходимую информацию при помощи

официальных и неофициальных источников, проверять качество разысканной информации. Он умеет устанавливать контроль над процессом получения информации, умеет ее использовать в самых разных социальных и культурных контекстах, постоянно обновляя свои знания. Он активно участвует в жизни общества, проверяя информацию на соответствие действительности, обсуждая ее с другими субъектами и организуя свои потоки информации.

Основой конструктивного взаимодействия в ходе коммуникации является понимание замыслов другого, поэтому эффективное взаимодействие невозможно без моделирования субъектами коммуникации смыслового поля своих партнеров, что связано со сложностью организации их дискурсов [Зарубежная и …, 2003]. Потребитель информации должен уметь реконструировать позицию автора в социальной структуре и иметь развитые навыки адекватного понимания его интенциональности [Адамьянц, 2015]. Чтобы понимать цели других субъектов и быть способным конструировать совместный дискурс, принимая взвешенные самостоятельные решения, дискурс субъекта должен обладать достаточной сложностью, сравнимой со сложностью организации дискурса другого субъекта. Неумение разбираться в информации, невозможность понять ее смысл, а главное – цели авторов ведет к ошибкам в собственном целеполагании [Грачев, 1998], когда средство достижения цели (например, вступление в какую-то международную организацию, что предполагает только более широкие возможности для саморазвития) объявляется конечной и единственной целью развития.

Умение индивидуального субъекта работать с информацией зависит от его социальной зрелости. Она обеспечивается наличием социальных практик и множественностью социальных коммуникаций, включенностью в информационное пространство социума, позволяющее реконструировать роль транслируемой информации в жизнедеятельности общества. Субъект способен управлять организацией личного информационного пространства: ему доступны разнообразные каналы получения информации, он регулирует информационный

поток, у него выработаны критерии выбора информации, которые обусловлены предпочтениями потребителя, сформированными в рамках его общей культуры.

Система образования общества, частью которой является медиаобразование, организует подготовку учащихся к жизни в информационном обществе. Грамотность субъекта можно рассматривать как инструмент для чтения знаковых текстов, медиаграмотность – как инструмент субъекта информационного общества для работы с информацией, обусловливающий его *медиакомпетентность*. Термин «медиакомпетентность» определяет суть имеющихся у индивида умений использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме [Федоров, 2008]. Медиакомпетентность рассматривается как часть медиакультуры, которая подразумевает еще и соблюдение участниками конструирования совместного медиапространства некоторых норм, способствующих преодолению «раскола» в обществе в условиях модернизации [Кириллова, 2008]. Медиакультура – это культура потребления медиа, обсуждения их содержания с другими субъектами, участия в производстве медиаконтента. Будучи частью общей культуры в одной из сфер жизнедеятельности, она невозможна без умения субъекта, включенного в информационное пространство социума, работать с информацией.

В рамках медиаобразовательных программ в 1980-е годы на передний план выдвигалось умение организовывать самостоятельный поиск информации в интернете. В дальнейшем акцент в обучении делался на умении активно участвовать в процессе формирования информационных потоков, представляя их значение как для собственной жизнедеятельности, так и для общества в целом, и умении повлиять на эти потоки в желаемом направлении [Федоров, 2008]. Помимо обучения людей умениям организовывать свое информационное пространство и свое пребывание в нем, система медиаобразования должна обеспечивать овладение технологиями управления организацией социального контекста коммуникации и возможностями своего участия в конструировании

совместного дискурса. Если организация политической системы общества не предусматривает возможность артикуляции альтернативных социальных проектов устройства социума, то медиакомпетентность и медиакультура индивидуальных субъектов не всегда предоставляют им возможность всесторонне оценить полноту предлагаемой информации и избежать одностороннего влияния транслируемого дискурса. Такое понимание означает, что медиаобразование индивидуальных субъектов общества выходит за рамки системы образования. Оно должно осуществляться путем самообразования субъектов и в ходе каждой коммуникации, и в процессе жизнедеятельности, когда они как потребители информации смогут реконструировать примененные технологии информационного влияния и использовать это знание в дальнейшем.

В современных условиях информационная безопасность общества обеспечивается качеством социетального дискурса, который в ходе социализации усваивают индивидуальные субъекты, (ре)конструируют в своей жизнедеятельности и проявляют в конкуренции с носителями других социетальных дискурсов. В связи с постоянным обновлением знаний возрастает роль базового программирования, осуществляемого в детские годы семьей, системой образования, обществом, чьи модели организации коммуникаций и способов конструирования совместного дискурса будут приняты как образец.

*Стратегии информационной безопасности общества* подразумевают управление жизнедеятельностью общества, пространством социальных коммуникаций (включая информационное пространство), самоорганизацией дискурса. При организации информационной безопасности общества упор делается на создание жизнеспособного общества, объединяющего социально ответственных индивидуальных субъектов, имеющих возможность участвовать в конструировании социетального дискурса. В таком обществе управление информационным пространством социума предполагает задание стандартов качества информационного продукта путем создания конкуренции в среде самих СМИ и их конкуренции с другими социальными институтами, а также путем

формирования аудитории, состоящей из сознательных, критичных потребителей информации, требовательных к качеству информации. Подразумевается, что массовые медиа, в первую очередь ключевые телеканалы, радиостанции и интернет-порталы (включая поисковики, ключевые новостные агрегаторы и ленты), которые, как и органы государственной власти, являются частью механизма управления обществом, должны быть выведены из-под внешнего управления.

Контролируемый доступ к информации с фрагментами дискурса другого субъекта позволяет обеспечить условия коммуникации, в рамках которой этот дискурс может быть реконструирован и всесторонне проанализирован, включая обсуждение преимуществ и недостатков. Индивидуальные субъекты должны понимать, что существуют различные способы организации жизнедеятельности общества и что универсальной схемы нет. В каждом обществе есть свои плюсы и минусы, есть цена за достижение сверхблагополучия (сверхпотребления) одной частью общества, которая достигается за счет части своего общества, за счет других обществ, за счет будущих поколений. Включение в информационное пространство фрагментов дискурса другого субъекта может быть способом самосовершенствования своего дискурса, когда отдельные формы организации жизнедеятельности другого общества могут быть использованы для собственного развития. Присутствие фрагментов дискурсов других субъектов, знакомящих с присущими им стилями мышления, типами логик, прививает иммунитет к возможным информационным вирусам и позволяет конструировать более сложноорганизованный дискурс.

Вопрос не только в контроле информационного пространства, а и в топологии распределения информации в социальном пространстве: важно сохранить управляемость структур (системы образования, средств массовой коммуникации, научной среды), которые формируют дискурсы индивидуального, массового и общественного сознания. Система самоорганизации дискурса выполняет рефлексивную функцию, осуществляя мониторинг состояния всех

сфер общества и отслеживая состояние общественного сознания, продвижение дискурсов других субъектов, изменение ареала своего дискурса.

Общество должно быть интересно миру. Общество, не способное транслировать информацию (знаки, смыслы жизни, цели развития), представляющую интерес для других, перестает существовать для другого мира. Оно не может быть образцом уникальности, примером успешности в отдельных отраслях, законодателем мод, теряет возможности влияния на другие страны. Система самоорганизации дискурса, предлагая программу его преобразований, должна формировать такое качество дискурса, которое позволяет вхождение общества в международные организации и участие в конструировании их дискурса. Общество, не связанное коммуникациями с другими обществами, утрачивает потенциал саморазвития. Международное сотрудничество предполагает готовность к пониманию дискурса другого общества, коррекции собственного дискурса и возможности конструирования совместного дискурса в условиях общей деятельности.

Признание общества другими странами достойным сотрудничества является подтверждением качества его дискурса. Это качество проявляется в наличии в обществе таких приоритетов развития страны, сообразно базовым ценностям своей цивилизации, которые (и приоритеты, и ценности) могут представлять ценность и для других субъектов, и для международной организации в целом. Участие в конструировании дискурса международных организаций является условием обновления дискурса и обеспечения дальнейшего улучшения его качества, благодаря возможности ознакомления с достижениями различных стран и обогащения новыми практиками, которые можно опробовать в деятельности международных структур. Успешность развития общества зависит от того, насколько его образование, культура и наука открыты к восприятию и осмыслению накопленного человечеством опыта.

Участие в деятельности международных организаций в качестве рядовых исполнителей может приносить пользу обществу, но может нести и

неоправданные риски. Не претендуя на соавторство совместного дискурса, эта страна обречена действовать по правилам, которые конструируют другие страны и которые они могут в любой момент поменять, учитывая только свои интересы. Часть управленческих элит общества может быть ориентирована на дискурс международного сотрудничества (представляющий собой дискурс другого субъекта) как дискурс более высокого качества, что создает для нее возможности для дальнейшего карьерного продвижения. В информационном пространстве общества информация о международном сотрудничестве, которое благоприятно для общества, будет создавать привлекательный образ других стран и способствовать продвижению их дискурса. Этому же, в конечном счете, способствует и публикация международных рейтингов, которые составляются представителями отдельных стран [Каримова, 2016]. Их составители, манипулируя выбором показателей для определения положения стран в этих рейтингах, имеют возможность влиять на их авторитет и привлекательность их дискурсов в глазах аудитории, опираясь на поддержку которой, можно обосновывать политику в отношении этих стран.

Распространение дискурса глобализации, в котором не предусмотрено соавторство конкретного общества, может нести угрозу для последнего. В этом обществе существует часть сторонников дискурса глобализации, в информационном пространстве поддерживается позитивный имидж «прогрессивного» дискурса глобализации, на который ориентируется население. Отдельные субъекты системы самоорганизации общества начинают опираться на дискурс глобализации, создавая условия для его воспроизводства в обществе и увеличения количества его сторонников. Часть управленческой элиты общества, опирающаяся на традиционный дискурс, оказывается в заложниках политики международных структур, которые могут, используя свое положение, развернуть кампанию по их дискредитации. Раскол в управленческой элите, раскол в обществе могут привести к дезорганизации жизнедеятельности общества, еще больше снижая его вес в области международного сотрудничества и подрывая

значимость дискурса этого общества. Непривлекательность для граждан страны собственного дискурса способствует продвижению дискурса других обществ под маркой дискурса глобализации.

Для стран, которые не участвуют в конструировании дискурса глобализации, международное сотрудничество может нести угрозу их традиционному дискурсу, создавая условия для продвижения дискурсов других стран, более успешных на сегодняшний день. В таких условиях для отдельной страны достижение информационной безопасности становится невозможным. Расширенное международное сотрудничество предполагает построение совместной системы информационной безопасности, которая является частью нового экономического, политического и культурного устройства сотрудничающих стран и их системы коллективной безопасности.

Создание современных технологий является залогом международного сотрудничества и, соответственно, продвижения дискурса страны в международное информационное пространство, подтверждая его качество и делая его привлекательным для жителей других стран. Это могут быть технологии в любых сферах жизнедеятельности общества: производственной, социальной, ментальной. Отличительная особенность новых технологий – их интегрированный характер. Например, интернет является средством коммуникации, пространством коммуникации и сферой жизнедеятельности субъекта, программирующей его дискурс.

В этих условиях для институтов управления, в том числе для парламентов и правительств, особенно важным становится обеспечение собственного присутствия в интернете. Причем такое присутствие не должно ограничиваться лишь созданием сайтов, представляющих гражданам значительный объем информации о работе соответствующих государственных структур. Не менее важно обеспечение при помощи ресурсов интернета прямой коммуникации между гражданами и государством. Достижение эффективности использования этих инструментов предполагает четкое определение целей он-лайновой

дискуссии и реальное использование достигнутых в ходе дискуссии результатов. Это ведет к тому, что в интернете начинают действовать те же законы, что и в реальной жизни. Многие страны сейчас активно строят системы мониторинга своего пространства, инсталлируют системы фильтрации информации в интернете, разрабатывают законодательство об ответственности за контент (многие сети сами вводят редакционную политику, когда информация с неподобающим содержанием удаляется, а авторы лишаются доступа в сеть на некоторое время). Однако дальнейшее развитие этих инструментов не может быть делом только одного государства, а требует согласия и широкого сотрудничества различных стран.

Совершенствование технологий связано с поступательным процессом развития, когда использование преимуществ от внедрения технологической инновации способствует переструктурированию имеющегося социального устройства в пользу технологического лидера, который будет автором новой редакции дискурса мирового сообщества. Дальнейшее распространение инновации нивелирует эти преимущества, при этом страны, овладевшие технологиями, переходят к субъект-субъектной парадигме коммуникации, становясь соавторами дискурса. Управление распространением технологий позволяет обеспечивать условия для продвижения собственного дискурса. Организация международной безопасности будет обусловлена парадигмой коммуникации субъекта, разрабатывающего и внедряющего технические инновации.

Общество, которое владеет более современными технологиями обеспечения информационной безопасности, может, используя «свободу слова», под которой подразумевается отсутствие контроля над распространением информации, добиваться продвижения своего дискурса. Поскольку интернет базируется на технической базе одной страны, существует необходимость совместного управления или создания параллельных сетей на собственной технической базе. При условии, что предлагаемая мировым технологическим лидером модель

мироустройства и субъект-объектная парадигма коммуникации, лежащая в ее основе, не устраивают другие страны и у них есть технологические и ресурсные возможности изменить существующие порядки.

Информационная безопасность общества достигается возможностью управления процессами (ре)конструирования социетального дискурса и процессом конструирования совместного дискурса с субъектом влияния. Включение общества в системы международной безопасности создает предпосылки для информационной безопасности отдельного общества. Совместная система безопасности становится возможной, если все участвующие в ней страны допущены в качестве соавторов совместного дискурса, в котором учитываются интересы всех стран, а не только самых богатых. Построение системы, при которой создается мир, безопасный для всех участников, гарантирует носителям различных культурных, религиозных, языковых и цивилизационных традиций защиту от угрозы нивелирования в рамках универсального мировоззрения.

## Выводы к шестой главе

Технологии информационного влияния рассмотрены как деятельность по конструированию механизмов информационного влияния, как «деятельность над деятельностью», которая обеспечивает продвижение дискурса субъекта влияния. В соответствии с предложенной моделью социально-психологических информационного влияния (конструирование информации, создание социального контекста, программирование дискурса) выделены следующие типы технологий информационного влияния:

– информационные (конструирование информационных текстов);

– социальные (конструирование социальных структур, создающих и распространяющих информацию, и группового субъекта ситуации коммуникации);

– ментальные (деятельность по программированию социетального дискурса, которая осуществляется в различных сферах его функционирования: жизнедеятельности общества, пространства социальных коммуникаций, самоорганизации социетального дискурса).

Приведены примеры использования технологий информационного влияния ведущими мировыми странами (США, Китай, Россия), которые строят инфраструктуры, занимающиеся не только распространением информации, но и продвижением собственного дискурса в мировом масштабе, претендуя тем самым на авторство дискурса глобализации.

Выявлено, что стратегии информационной безопасности общества должны предусматривать наличие у него качественного социетального дискурса, который позволяет обществу выдерживать сравнение с другими обществами, использующими иные типы дискурсов. Эффективно функционирующее «здоровое» общество, управление пространством социальных коммуникаций (включая контроль над информационным пространством), управление (ре)конструированием социетального дискурса – это условия, критерии и результаты функционирования качественного дискурса.

Раскрыто, что в условиях глобализации международное сотрудничество предполагает информационную открытость и конкуренцию дискурсов стран при конструировании дискурса глобализации, которые могут вызвать негативные последствия для дискурсов отдельных стран. Основами информационной безопасности общества на международной арене являются:

– технологическая конкурентоспособность государства, которая обеспечивается высоким уровнем развития собственной науки, что позволяет противодействовать информационно-технологическим воздействиям других стран;

– организация международных союзов, создающих системы коллективной безопасности;

– участие в конструировании дискурса глобализации в качестве одного из его авторов.

# ВЫВОДЫ

В диссертации осуществлено теоретическое обобщение и предложено новое решение научной проблемы функционирования социально-психологических механизмов информационного влияния в постиндустриальном обществе, проявляющееся в создании универсального теоретико-методологического конструкта, в рамках которого обеспечена интеграция различных подходов к изучению информационного влияния. На основе проведенного исследования сделаны следующие выводы.

1. В качестве методологического и методического инструментария изучения процессов социальной коммуникации в постиндустриальном обществе, в ходе которых происходит информационное влияние и проявляются его механизмы, выбрана синергетика, положения которой предоставляют возможность интеграции различных подходов к изучению информационного влияния в универсальный теоретико-методологический конструкт. Это позволяет анализировать социальные явления и процессы, в частности, коммуникативную самоорганизацию непрерывно изменяющегося постиндустриального общества, с мультипарадигмальних позиций с учетом принципов самоорганизации сложноорганизованних систем.

В роли модели процессов самоорганизации предложено рассмотреть создание текста, в котором в единое целое интегрируются конструкты различной природы: физической (знаковый текст), социальной (его автор) и ментальной (замысел текста). Информационное влияние проанализировано как часть процесса самоорганизации субъекта, использующего информацию. При этом в развертывающемся контексте ситуации коммуникации потребитель одновременно может быть рассмотрен как автономный субъект, как участник коммуникации, как представитель общества в целом. Как следствие, становится возможным расширенное понимание ситуации коммуникации, в которой влияние

информации опосредовано взаимодействием участников коммуникации и инструментом коммуникации, имеющимся у потребителей информации.

2. На основе проведенного анализа предложен способ конструирования пространства, в котором размещаются существующие теории коммуникации. Организация этого трехмерного пространства отображает различные аспекты влияния: информационные, социальные, ментальные. Оси этого семантического пространства составляют компоненты коммуникации: информация, автор, совместный дискурс.

Особенности существующих подходов к изучению процессов коммуникации вызваны использованием разных парадигм коммуникации: субъект-объектной, субъект-субъектной, метасубъектой, подразумевающих различные способы взаимодействия субъектов. В рамках этих подходов конструируются односторонние, двусторонние, синергетические модели коммуникаций, базирующиеся на различных способах построения коллективного автора совместного дискурса коммуникации. В исторической перспективе характерной чертой современных теорий становится нарастающая сложность понимания организации компонентов коммуникации: информации, ее автора, ментальной организации потребителя информации.

3. Разработана синергетическая концепция информационного влияния, в рамках которой оно организовано по принципу текста, когда информационное влияние развертывается в непосредственное влияние информации, опосредованное влияние автора информации, индуктивное влияние дискурса автора информации. Целью информационного влияния заявлено продвижение дискурса субъекта влияния. Дискурс определен как текст жизненного проекта в тексте жизнедеятельности, в котором содержатся цели автора. Получение информации, как фрагмента дискурса субъекта влияния, активизирует процессы самоорганизации потребителя информации, группового субъекта коммуникации, общества в целом и приводит к изменениям в их жизнедеятельности.

Предложена схема продвижения дискурса субъекта влияния в процессе коммуникации, когда привлекательность информации приводит к тому, что фрагменты дискурса субъекта влияния становятся частью дискурса потребителя информации. Это позволяет увеличить значимость дискурса субъекта влияния в организации социетального дискурса, что, в свою очередь, предоставляет возможность обустраивать жизнедеятельность общества в соответствии с целями субъекта влияния.

4. Сконструирована синергетическая модель социально-психологических механизмов информационного влияния, в которой текстовый принцип организации социально-психологических механизмов (физической, социальной, ментальной природы) воспроизводится в функционировании этих механизмов. Это приводит к тому, что предложенная модель обладает свойствами масштабной инвариантности.

Механизмы информационного влияния представлены как сложноорганизованная деятельность субъекта влияния по продвижению его дискурса, которая имеет текстовую природу. К социально-психологическим механизмам информационного влияния отнесены: конструирование знакового текста информации, создание социального контекста ситуации коммуникации, программирование дискурса потребителя информации. В любой деятельности субъекта по организации информационного влияния функционируют все три социально-психологических механизма, проявляясь в соответствии с природой и сложностью организации конструируемого текста. Действие отдельного механизма предусматривает возможность развертывания различных структурных механизмов, состоящих из множества механизмов более низкого уровня, в зависимости от имеющихся ресурсов, контекста ситуации и поставленных задач.

Установлена комплементарность организации социально-психологических механизмов информационного влияния и психологических механизмов восприятия информации. Если субъект влияния осуществляет сборку текста(ов), то потребитель начинает восприятие информации с деконструкции текста(ов).

Взаимодополняемость этих процессов предоставляет возможность осуществления информационного влияния, приводящего к «усвоению» фрагментов транслируемого дискурса.

5. Доведено, что изучение эффективности информационного влияния как оценки деятельности субъекта влияния по продвижению его дискурса включает в себя анализ: затраченных усилий субъекта влияния, полученных результатов (изменений, произошедших с аудиторией), достигнутых им целей. Показатели эффективности информационного влияния разрабатываются под конкретную кампанию, в зависимости от имеющихся ресурсов субъекта влияния, его целей, сроков проведения кампании.

Приведен ряд факторов, способных нивелировать эффективность деятельности по продвижению дискурса субъекта влияния: проблемы в организации информационной кампании, успешное противодействие оппонентов, изменение значимости предлагаемого дискурса.

6. Установлено, что технологии информационного влияния можно рассматривать и как деятельность по конструированию механизмов информационного влияния, и как «деятельность над деятельностью», которая обеспечивает продвижение дискурса субъекта влияния.

Выделены следующие типы технологий информационного влияния:

– информационные (конструирование информационных текстов);

– социальные (конструирование коллективного субъекта коммуникации и социальных структур, создающих и распространяющих информацию);

– ментальные (деятельность по программированию социетального дискурса, которая осуществляется в различных сферах его функционирования: жизнедеятельности общества, пространства социальных коммуникаций, самоорганизации социетального дискурса).

Приведены примеры использования технологий информационного влияния ведущими мировыми странами (США, Китай, Россия), которые строят инфраструктуры, занимающиеся не только распространением информации, но и

продвижением собственного дискурса в мировом масштабе, претендуя тем самым на авторство дискурса глобализации.

7. Выявлено, что стратегии информационной безопасности общества должны предусматривать наличие у него качественного социетального дискурса, который позволяет обществу выдерживать конкуренцию с другими обществами. Определено, что эффективно функционирующее общество, управление пространством социальных коммуникаций (включая контроль над информационным пространством), управление (ре)конструированием социетального дискурса являются и условиями, и критериями, и результатами функционирования качественного дискурса.

Предложены основные направления обеспечения информационной безопасности общества, к которым относятся:

– технологическая конкурентоспособность государства, которая обеспечивается высоким уровнем развития собственной науки, что позволяет противодействовать информационно-технологическим воздействиям других стран;

– способность организации международных союзов, создающих системы коллективной безопасности;

– участие в конструировании дискурса глобализации в качестве одного из его авторов.

В рамках предложенной синергетической концепции в ситуации коммуникации социально-психологические механизмы информационного влияния развертываются в структуру сложноорганизованной деятельности субъекта влияния, исходя из его задач и имеющихся возможностей в конкретной ситуации.

**Перспектива дальнейших исследований** заключается в наполнении предложенной синергетической модели социально-психологических механизмов информационного влияния практическим опытом соответственно конкретным условиям ситуаций коммуникации и имеющемуся научному потенциалу исследователей.

## ЛИТЕРАТУРА

Аверьянов Л. Я. Контент-анализ / Л. Я. Аверьянов. – М. : РГИУ, 2007. – 286 с.

Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы / В. С. Агеев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1990. – 240 с.

Адамьянц Т. З. Социальная коммуникация. / Т. З. Адамьянц. – М. : Дрофа, 2009. – 208 с.

Адамьянц Т. З. Социоментальные группы в социальном познании / Т. З. Адамьянц // Социологические исследования. – 2015. – № 7. – С. 117–126.

Акофф Р. О целеустремленных системах / Р. Акофф, Ф. Эмери. – М. : Сов. Радио, 1974. – 271 с.

Алексеев Ю. Как США покупают «свободу печати» в Латвии и направляют её против России / Ю. Алексеев [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://regnum.ru/news/polit/1955153.html

Андреева Г. М. Психология социального познания / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 302 с.

Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 384 с.

Анохин М. Г. Политические технологии / М. Г. Анохин // Вест. Рос. ун–та дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2000. – № 2. – С. 101–104.

Антропный принцип в научной картине мира. – М. : Ин–т философии РАН, 2008. – 131 с.

Анцыферова Л. И. К психологии личности как развивающейся системы / Л. И. Анцыферова // Психология формирования и развития личности. – М. : Изд-во МГУ, 1981. – С.3–18.

Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: Попытка системного описания / Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37–-67.

Апресян Р. Г. Сила и насилие слова / Р. Г. Апресян // Человек. – 1997. – № 5. – С. 133–137.

Аристотель. Риторика. Поэтика / Аристотель. – М. : Лабиринт, 2000. – 224 с.

Артемьева Е. Ю. Основы психологии субъективной семантики / Е. Ю. Артемьева. – М. : Наука; Смысл, 1999. – 350 с.

Аршинов В. И. Синергетика как феномен постнеклассической науки / В. И. Аршинов. – М. : ИФ РАН, 1999. – 203 с.

Аршинов В. И. Когнитивные основания синергетики / В. И. Аршинов, В. Г. Буданов // Синергетическая парадигма: нелинейное мышление в науке и искусстве. – М. : 2002. – С.67–108.

Асмолов А. Г. Психология личности: принципы общепсихологического анализа / А. Г. Асмолов. – М. : Смысл, ИЦ «Академия», 2002. – 416 с.

Астафьева О. Н. «Переходность» как принцип социокультурного развития: движение общества к новому типу культуры / О. Н. Астафьева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://spkurdymov.narod.ru/Astafyeva/htm

Ахмадинежад в Изборском клубе // Изборский клуб. – 2013. – № 6. – С. 2–6.

Бажанов В. А. Социально-культурная революция в нейронауке: новые грани кантианской программы / В. А. Бажанов // Вопросы философии. – 2016. – № 8. – С. 126–138.

Барабанщиков В. А. Восприятие и событие / В. А. Барабанщиков. – СПб. : Алетейя, 2002. – 512 с.

Барабанщиков В. А. Системное исследование психического в работах Б. Ф. Ломова / В. А. Барабанщиков, А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова // Психологический журнал. – 2007. – №3. – С. 5–14.

Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику / А. Н. Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.

Баранов А. Н. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание / А. Н. Баранов, П. Б. Паршин // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М. : ИНИОН, 1986. – С. 100–143.

Баранцев Р. Г. Синергетика в современном естествознании / Р. Г. Баранцев. – М. : Эдиториал УРСС, 2003. – 144 с.

Баранцев Р. Г. Становление тринитарного мышления / Р. Г. Баранцев. – М. : Ижевск: НИЦ "Регулярная и хаотическая динамика", 2005. – 124 с.

Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М. : Прогресс, 1994. – 616 с.

Басин М. А. Синергетическая методология / М. А. Басин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://spkurdyumov.ru/uploads//2013/08/BasinSyner100.pdf

Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман. – М. : Логос, 2005. – 390 с.

Бауман З. Текучая современность / З. Бауман. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 240 с.

Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Художественная литература, 1979. – 424 с.

Бевзенко Л. Д. Социальная самоорганизация. Синергетическая парадигма: возможности социальных интерпретаций. / Л. Д. Бевзенко. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 2002. – 437 с.

Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии / Г. Бейтсон. – М. : Смысл. 2000. – 476 с.

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М. : Academia, 2004. – 788 с.

Белоусов А. Б. Управление коммуникацией (Критические замечания к теории коммуникации) / А. Б. Белоусов // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2003. – № 4. – С. 292–315.

Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.

Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 222 с.

Березкина О. П. Социально-психологическое воздействие СМИ / О. П. Березкина. – М. : Изд. центр «Академия», 2008. – 240 с.

Берн Э. Трансактный анализ в психотерапии: Системная, индивидуальная и социальная психотерапия / Э. Берн. – М.: Академический Проект, 2006. – 320 с.

Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн. – М. : Логос, 2010. – 248 с.

Бжезинский З. Великая шахматная доска. Господство Америки и его геостратегические императивы / З. Бжезинский. – М.: Междунар. отношения, 2009. – 280 с.

Бжезинский З. Выбор. Глобальное господство или глобальное лидерство / З. Бжезинский. – М. : Междунар. отношения, 2005. – 288 с.

Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти / Р. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С. 88–124.

Блум У. Убийство демократии: операции ЦРУ и Пентагона в период холодной войны / У. Блум. – М. : АНО «Институт внешнеполитических исследований и инициатив», 2013. – 706 с.

Богданов А. А. Тектология: (Всеобщая организационная наука). В 2 кн. / А. А. Богданов. – М.: Экономика, 1989.

Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийяр. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. – 96 с.

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М. : Культурная революция, Республика, 2006. – 269 с.

Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр. – Тула, 2013. – 204 с.

Бодров В. А. Нелинейная модель мотивационной сферы личности / В. А. Бодров, Г. В. Ложкин, А. Н. Плющ // Психологический журнал. – 2001. – № 2. – С. 90-100.

Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая / Д. Болинджер // Язык и моделирование социального взаимодействия. – Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. – С. 23–43.

Большой психологический словарь / под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко – М. : Прайм-Еврознак, 2003. – 672 с.

Большой энциклопедический словарь. – М.: АСТ, 2005. – 1248 с.

Бом Д. Развертывающееся значение. Три дня диалогов с Дэвидом Бомом / Д. Бом. – М. : Лавка Языков, 1992. – 85 с.

Бондарчук О. І. Соціально-психологічні механізми особистісного розвитку дорослої людини / О. І. Бондарчук // Актуальні проблеми психології : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – К.-Алчевськ : ЛАДО, 2013. – Вип. 38. – С. 347–351.

Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. – 432 с.

Брудный А. А. Психологическая герменевтика / А. А. Брудный. – М: Лабиринт, 1998. – 332 с.

Брунер Дж. Психология познания. За пределами непосредственной информации / Дж. Брунер. – М. : Прогресс, 1977. – 413 с.

Брушлинский А. В. Проблемы психологии субъекта / А. В. Брушлинский. – М. : Ин–т психологии РАН, 1994. – 109 с.

Брушлинский А. В. О пользе вечных истин / А. В. Брушлинский, П. Н. Шихирев // Московичи С. Машина, творящая богов. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – С. 5–15.

Буданов В. Г. Синергетическая методология / В. Г. Буданов // Вопросы философии. – 2006. – № 5. – С. 79–94.

Буданов В. Г. Методология проектирования и прогнозирования в контексте синергетики и теории сложности / В. Г. Буданов // Философия науки. – 2011. – Вып. № 16. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5990

Булыгина Т. В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелёв. – М. : Языки русской культуры, 1997. – 574 с.

Бурдье П. Социальное пространство: поля и практики / П. Бурдье. – М. : Ин–т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. – 576 с.

Бурдье П. Социология политики / П. Бурдье. – М. : Socio-Logos, 1993. – 336 с.

Бурдье П. Социология социального пространства / П. Бурдье. – М. : Ин–т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 567 с.

Бурлачук Л. Ф. Психодиагностика / Л. Ф. Бурлачук. – СПб.: Питер, 2003. – 351 с.

Быков И. А. Интернет-технологии в избирательной кампании Барака Обамы / И. А. Быков // Вестник Перм. ун–та. – Сер.: Политология. – 2010. – № 1. – С. 48–59.

Варшавер Е. Постановка исследовательского вопроса в рамках постмодерной методологии / Е. Варшавер // Социальная реальность. – 2008. – № 6. – С. 91–102.

Василькевич К. Заглянем чуть дальше / К. Василькевич // Еженедельник 2000. – 2013 г. – 18–24 янв. – № 3.

Василькова В. В. Междисциплинарность как когнитивная практика (на примере становления коммуникативной теории) / В. В. Василькова // Коммуникация и образование. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. – С.69–88.

Василькова В. В. "Космос" коммуникаций: новые понятия и традиционные образы / В. В. Василькова // Синергетическая парадигма. Когнитивно-коммуникативные стратегии современного научного познания. – М. : Прогресс-Традиция, 2004. – С. 461–473.

Василькова В. В. Порядок и хаос в развитии социальных систем: (синергетика и теория социальной самоорганизации) / В. В. Василькова – СПб.: Лань, 1999. – 480 с.

Василюк Ф. Е. Методологический анализ в психологии / Ф. Е. Василюк. – М. : Смысл, МГППУ, 2003. – 240 с.

Василюк Ф. Е. Методология психологии: проблемы и перспективы. / Ф. Е. Василюк, В. П. Зинченко, Б. Г. Мещеряков, В. А. Петровский и др. – М. : СПб. : Центр гуманитарных инициатив, 2012. – 528 с.

Вдовиченко Л. Н. Глобальная социология перед новыми вызовами / Л. Н. Вдовиченко // Социс. – 2015. – № 7. – С. 25–29.

Веракса Н. Е. Методологические основы психологии / Н. Е. Веракса. – М. : Академия, 2008. – 240 с.

Вилюнас В. К. Психологические механизмы мотивации человека / В. К. Вилюнас. – М. : Изд-во МГУ, 1990. – 288 с.

Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М. : Изд-во Ин–та общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.

Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. / П. Винтерхофф-Шпурк. – Х. : Гуманитарный центр, 2007. – 288 с.

Войтоловский Ф. «Производство» интеллектуального пространства мировой политики / Ф. Войтоловский // Междунар. процессы. – 2006. – Т. 4, № 2 (11). – С. 100–111.

Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М. Н. Володина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 11–39.

Восканян М. Линии раскола в российском обществе / М. Восканян, А. Кобяков, К. Черемных // Изборский клуб. Русские стратегии. – 2014. – № 6. – С. 38–78.

Вудрафф Б. Чем опасны комментарии? [Электронный ресурс] / Б. Вудрафф. – Режим доступа: // http://inosmi.ru/world/20150201/225967097.html?utm_source=tw1

Выготский Л. С. Психология развития человека / Л. С. Выготский. – М.: Смысл; Эксмо, 2005. – 1136 с.

Выготский Л. С. Собрание сочинений: в 6 т. / Л. С. Выготский. – Т. 3. – М.: Педагогика, 1983. – 368 с.

Выготский Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский. – М.: Лабиринт, 1999. – 352 с.

Гавра Д. П. Основы теории коммуникации / Д. П. Гавра. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.

Гадамер Х. Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики / Х. Г. Гадамер. – М. : Прогресс, 1988. – 704 с.

Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : УРСС, 2004. – 137 с.

Гельвеций Клод Адриан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org

Гидденс Э. Устроение общества: очерк теории структурации / Э. Гидденс. – М. : Академический Проект, 2003. – 528 с.

Гладышев-Лядов В. Социальные сети как инструмент для пропаганды экстремизма / В. Гладышев-Лядов // Обзор НЦПТИ. – 2013. – №2. – С. 28–32.

Голиков Ю. Я. Антропный принцип как теоретическое основание решения актуальных проблем психологии / Ю. Я. Голиков // Психологический журнал. – 2014. – № 2. – С. 19–32.

Головин Ю. А. Новые политические технологии в современной России / Ю. А. Головин, П. В. Григорьев, М. А. Щенников. – М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2009. – 205 с.

Горохов А. Британия: на Украине не должно быть «неконтролируемых» решений по ассоциации с ЕС [Электронный ресурс] / А. Горохов. – Режим доступа: http://www.warandpeace.ru/ru/analysis/view/85823/

Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVI. – М., 1985. – С. 217–237.

Грамши А. Партия, государство, общество / А. Грамши // Новое время. – 1990. – № 12.

Грамши А. Тюремные тетради / А. Грамши. – М. : Полит. Лит-ра, 1991. – 564 с.

Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты / Г. В. Грачев. – М.: Изд-во РАГС, 1998. – 125 с.

Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М. Н Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.

Гришина Н. В.Ситуационный подход в исследовании субъектности / Н. В. Гришина // Материалы научной конференции «Ананьевские чтения – 2009». – Вып. 1. – СПб. : Изд–во С.-Петербур. ун–та, 2009. – С. 35–38.

Гришкин И. И. Понятие информации / И. И. Гришкин. – М. : Наука, 1973. – 231 с.

Гроф С. За пределами мозга: рождение, смерть и трансценденция в психотерапии. / С. Гроф. – М. : ООО «Издательство АСТ» и др., 2001. – 504 с.

Гузенкова Т. С. Антропология власти. Юлия Тимошенко / Т. С. Гузенкова. – М.: ФИВ, 2010. – 392 с.

Гуменский А. Управление международной информацией / А. Гуменский // Междунар. отношения. – 2010. – Т 8, № 1. – С. 31–43.

Гусев Д. Уши машут ослом (Современное социальное программирование) / Д. Гусев, О. Матвейчев, Р. Хазеев, С. Чернаков. – Пермь: Alex J. «Bakster group», 2002. – 192 с.

Гусельцева М. С. "Текучая современность" и проблемы социализации / М. С. Гусельцева // Вопросы психологии. – 2010. – № 1. – С. 138–143.

Гусельцева М. С. Типы рациональности как основание для периодизации психологического знания / М. С. Гусельцева // Вопросы психологии. – 2013. – № 4. – С. 3–16.

Давыдов С. Г. Медиапотребление и «конструированная реальность» жителей северного села / С. Г. Давыдов, И. В. Кирия, А. А. Новикова, В. П. Чумаков // Дезурбанизация и природный капитал: миграционные тренды, инфокоммуникация и новые сельские сообщества. – М., 2013. – С. 121–159.

Данилова Е. Н. Нестабильная социальная идентичность как норма современных обществ / Е. Н. Данилова, В. А. Ядов // Социологические исследования. – 2004. – № 10. – С. 27–30.

Дейк Ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.

Дейк Ван Т. А. Стратегии понимания связного текста / Т. А. Ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – М.,

1988. – С. 153–207.

Делягин М. Г. Мировой кризис: Общая теория глобализации / М. Г. Делягин. – М., ИНФРА-М, 2003. – 768 с.

Деррида Ж. Поля философии / Ж. Деррида. – М. : Академический проект, 2012. – 376 с.

Дерябин А. А. Телевизионные новости как коммуникативное событие / А. А. Дерябин // Дискурс: коммуникативные стратегии культуры и образования. – 1998. – №7. – С. 60–63.

Десять стран, которые сказали твердое «нет» Макдоналдсу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://starsbrandsmagazine.com/desyat-stran-kotorye-skazali-tvyordoe-net-makdonaldsu/

Джерджен К. Дж. Социальный конструкционизм: знание и практика / К. Дж. Джерджен. – Мн. : БГУ, 2003. – 232 с.

Джо Роспарс: лекарство от политической пассивности // Еженедельник 2000. – 2009. – № 14 (456).

Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в СМИ [Электронный ресурс] / И. М. Дзялошинский. – Режим доступа: http://www.dzyalosh.ru/master-metod.shtml

Дзялошинский И. М. О новом подходе к проблемам коммуникации / И. М. Дзялошинский // Медиа- и информационная грамотность в обществах знания. – М.: МЦБС, 2013. – С. 156–169.

Дзялошинский И. М. Проблема эффективности пропагандистской деятельности, осуществляемой при помощи СМИ [Электронный ресурс] / И. М. Дзялошинский. – Режим доступа: http://www.dzyalosh.ru/01-comm/statii/dzyalosh-01/f-kommunik2.html

Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология / Г. Г. Дилигенский. – М. : Наука, 1994. – 304 с.

Докторов Б. Методология и практика опросов обогащенного общественного мнения / Б. Докторов // Социальная реальность. – 2007. – №10. – С. 81–94.

Донченко Е. А. Социетальная психика / Е. А. Донченко. – Киев: Наукова думка, 1994. – 208 с.

Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, Изд–во МГУ, 1997. – 344 с.

Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциологии / Т. М. Дридзе. – М. : Наука, 1984. – 272 с.

Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе // Общественные науки и современность. – 1996. – №3. – С. 145–152.

Дроздов О. Ю. Основи психології масової геополітичної свідомості / О. Ю. Дроздов. – Чернігів: Десна Поліграф, 2016. – 564 с.

Другая холодная война. Стратегия для России (доклад Изборского клуба) // Изборский клуб. – 2014. – № 10. – С. 20–50.

Дружинин В. Н. Структура и логика психологического исследования / В. Н. Дружинин. – М. : ИП РАН, 1993. – 185 с.

Дубровский Е. Н. Информационно-обменные процессы – факторы социального развития / Е. Н. Дубровский. – М. : Союз, 1996. – 60 с.

Дудина В. И. Социологический метод: от классической к постнеклассической точке зрения / В. И. Дудина // Социология и социальная антропология. – 1999. – Т. 2, № 3. – С. 57–65.

Дудина В. И. Социологическое знание в контексте развития информационных технологий / В. И. Дудина // Социологические исследования. – 2015. – № 6. – С. 13–22.

Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг. – Екатеринбург: УрО РАН, 1999. – 130 с.

Дэвис Э. Техногнозис: миф, магия и мистицизм в информационную эпоху / Э. Дэвис. – Екатеринбург: Ультра. Культура, 2008. – 480 с.

Емелин В. А. Постиндустриальное общество и культура постмодерна / В. А. Емелин // Философские науки. – 1998. – № 1. – С.3–17.

Ефремова Т. Ф. Толковый словарь словообразовательных единиц русского языка / Т. Ф. Ефремова. – М. : АСТ, Астрель. 2005. – 640 с.

Забродин Ю. М. Психологический эксперимент: специфика, проблемы, перспективы развития / Ю. М. Забродин // История становления и развития экспериментальной психологии в России. – М. : Наука, 1990. – С. 22–28.

Запесоцкий Ю. А. Современная реклама как институт социально-культурной динамики / Ю. А. Запесоцкий // Вопросы философии. – 2013. – № 3. – С. 33–38.

Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания. – Барнаул: Изд-во Алт. гос. тех. ун–та им. И.И. Ползунова. – 2003. – 466 с.

Здравствуй, холодная война // Изборский клуб. Русские стратегии. – 2014. – № 10. – С. 6–20.

Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – Спб. : Питер, 2000. – 448 с.

Зимняя И. А. Смысловое восприятие речевого сообщения как сложная перцептивно-мыслительно-мнемическая деятельность / И. А. Зимняя // Смысловое восприятие речевого сообщения. – М., 1976. – С.5–33.

Зинченко В. П. Методологические вопросы психологии / В. П. Зинченко, С. Д. Смирнов. – М. : Изд-во МГУ, 1983. – 165 с.

Иванов В. Ф. Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – Киев: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. – 902 с.

Иванов В. Наука и войны будущего (доклад Изборскому клубу) / В. Иванов, Г. Малинецкий // Изборский клуб. Русские стратегии. – 2015. – № 5. – С. 6–38.

Игорь Ашманов: «Сегодня информационное доминирование – это все равно, что господство в воздухе» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://ain.ua/2013/05/01/123059

Інформаційний вплив: теорія і практика прогнозування / за ред. П. Д. Фролова. – К. : Міленіум, 2011. – 304 с.

Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В. Л. Иноземцев. – М. : Логос, 2000. – 304 с.

Информационный подход в междисциплинарной перспективе // Вопросы философии. – 2010. – № 2. – С. 84–113.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии тактики русской речи / О. С. Иссерс. – Омск: Омск. гос. ун-т, 1999. – 285 с.

Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия / Т. С. Кабаченко. – М. : Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.

Калашников М. Зачем создан «деструктинтерн»? / М. Калашников // Изборский клуб. Русские стратегии. – 2013. – № 11–12. – С. 72–108.

Каменева В. А. Лингвокогнитивные средства выражения идеологической природы публицистического дискурса (на материале американской прессы) / В. А. Каменева. – Новокузнецк: Редакционно-издательский отдел КузГПА, 2006. – 236 с.

Капра Ф. Паутина жизни. Новое научное понимание живых систем / Ф. Капра. – К. : София; М. : ИД «София», 2003. – 336 с.

Кара-Мурза С. Г. Краткий курс манипуляции сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Алгоритм, 2002. – 288 с.

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – К. : Оріони, 2000. – 448 с.

Каримова А. Б. Латентные функции международных образовательных рейтингов / А. Б. Каримова // Социологические исследования. – 2016. – № 6. – С. 110–120.

Касавин И. Т. Социальная эпистемология: Фундаментальные и прикладные проблемы / И. Т. Касавин. – М.: Альфа-М, 2013. – 560 с.

Касавин И. Т. Текст. Дискурс. Контекст. Введение в социальную эпистемологию языка / И. Т. Касавин. – М. : Канон+, 2008. – 437 с.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

Кастельс М. Мы хотим создать пул знаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sovmedia.ru/journalist/manuel-kastels-my-xotim-sozdat-pul-znanij/#more-1110

Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации / В. Б. Кашкин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.

Кашлев Ю. Б. Становление глобального информационного общества и место России / Ю. Б. Кашлев // Информация. Дипломатия. Психология. – М. : Известия, 2002. – 15–31 с.

Квале С. Исследовательское интервью / С. Квале. – М. : Смысл, 2003. – 301 с.

Кейнер С. Руководство фасилитатора: как привести группу к принятию совместного решения / С. Кейнер, Л. Линд, К. Толди, С. Фиск, Д. Бергер. – М. : Издательство Дмитрия Лазарева, 2013. – 344 с.

Келли Дж. Теория личности. Психология личных конструктов / Дж. Келли. – СПб. : Речь, 2000. – 256 с.

Кириллова Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект; Культура, 2008. – 496 с.

Киященко Л. П. Беспокойство становления целостностью. Вариации на тему трансдисциплинарности / Л. П. Киященко // Вопросы философии. – 2015. – № 11. – С. 76–87.

Клемперер В. LTI. Язык третьего рейха. Записная книжка филолога / В. Клемперер. – М. : Прогресс-Традиция, 1998. – 384 с.

Князева Е. Н. Основания синергетики. Синергетическое мировидение / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. – М. : УРСС КОМКНИГА, 2005. – 240 с.

Князева Е. Н. Законы эволюции и самоорганизации сложных систем. / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. – М. : Наука, 1994. – 238 с.

Кобозева И. М. «Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности / И. М. Кобозева // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 7–-21.

Ковалев Г. С. Медиакратия в современном политическом процессе / Г. С. Ковалев // Вестник Рос. ун–та дружбы народов. – Серия: Политология. – 2007. – № 4. – С. 66–75.

Козлов В. В. Интегративная психология. Теория и психотехника / В. В. Козлов. – Ярославль, 2004. – 120 с.

Кожемякин Е. А. Рекомпозиция субъекта в образовательном дискурсе / Е. А. Кожемякин // Университет в перспективе развития: Альманах Центра проблем развития образования БГУ. – 2007. – № 5. – Мн. : Пропилеи. – С. 39–53.

Кольцова В. А. Актуальные проблемы методологии современной психологической науки / В. А. Кольцова // Психологический журнал. – 2007. – №2. – С. 5–19.

Конецкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конецкая. – М. : Междунар. ун–т бизнеса и управления, 1997. – 304 с.

О`Коннор Дж. Введение в нейролингвистическое программирование / Дж. О`Коннор, Дж. Сеймор. – Челябинск: Версия, 1997. – 256 с.

Корнилова Т. В. Методологические основы психологии / Т. В. Корнилова, С. Д. Смирнов. – СПб. : Питер, 2006. – 320 с.

Коровин В. Россия в сетевой войне / В. Коровин // Изборский клуб. – 2013. – № 6. – С. 104–110.

Королько В. П. Основы паблик рилейшнз / В. П. Королько. – М. : Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 528 с.

Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций / А. В. Костина // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». – 2009. – № 4. – Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/#

Костина А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества /

А. В. Костина. – М.: Изд-во ЛКИ, 2011. – 352 с.

Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Ростинтэр, 1996. – 704 с.

Крашенинникова В. Убийство демократии: операции ЦРУ и Пентагона в постсоветский период / В. Крашенинникова. – М. : АНО «Институт внешнеполитических исследований и инициатив», Кучково поле, 2014. – 482 с.

Крейг Р. Т. Теория коммуникации как область знания / Р. Т. Крейг // Компаративистика III: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований. – СПб., 2003. – С. 72–126.

Кужелева-Саган И. П. Основные исследовательские парадигмы в сфере теории коммуникации: социально-философский аспект / И. П. Кужелева-Саган // Вестник ТГПУ. – 2006. – №7 (58). – С. 106–118.

Кузнецов В. Герменевтика и ее путь от конкретной методики до философского направления / В. Кузнецов // Логос. – 1999. – № 10. – С. 43–88.

Кузьмин В. П. Системный подход в современном научном познании / В. П. Кузьмин // Вопросы философии. – 1980. – № 1. – С. 55–73.

Кунгуров А. USA, USA юбер аллес [Электронный ресурс] / А. Кунгуров. – Режим доступа: http://kungurov.livejournal.com/61971.html?thread=21169171

Купер И. Р. Гипертекст как форма коммуникации / И. Р. Купер // Социологический журнал. – 2000. – № 1/2. – С. 36–57.

Кутлалиев А. Эффективность рекламы / А. Кутлалиев, А. Попов. – М. : Эксмо. 2006. – 416 с.

Лакан Ж. Инстанция буквы в бессознательном или судьба разума после Фрейда / Ж. Лакан. – М. : Логос, 1997. – 184 с.

Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорять нам о мышлении / Дж. Лакофф. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 792 с.

Ларин В. Интернет. Революция глазами пиарщика [Электронный ресурс] / В. Ларин – Режим доступа: http://vybor.ua/article/Mirovozzrenie/internet-revolyuciya-glazami-piarshchika.html

Леви-Стросс К. Первобытное мышление / К. Леви-Стросс. – М. : Республика, 1994. – 384 с.

Левин К. Разрешение социальных конфликтов / К. Левин. – СПб. : Речь, 2000. – 408 с.

Лем С. Сумма технологии / С. Лем. – М.; СПб.; Минск: АСТ; Terra Fantastica; Харвест, 2002. – 668 с.

Ленин В. И. Партийная организация и партийная литература / В. И. Ленин // Собрание сочинений В. И. Ленина. – 1968. – 5 изд. – Т. 12. – С. 99–105.

Леонов В. В. Качество информационного воздействия / В. В. Леонов. – Киев; Ирпень: Перун, 2011. – 368 с.

Леонтьев А. А. Основы психолингвистики / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 1997. – 285 с.

Леонтьев А. Н. Образ мира / А. Н. Леонтьев // Избр. психологические произведения: в 2 т. – Т.2. – М. : Педагогика, 1983. – С. 251–261.

Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / Д. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 2003. – 488 с.

Лепский В. Е. Рефлексивно-активные среды инновационного развития / В. Е. Лепский. – М. : Когито-Центр, 2010. – 280 с.

Лепский В. Е. Эволюция представлений об управлении (методологический и философский анализ) / В. Е. Лепский. – М. : Когито-Центр, 2015. – 107 с.

Лефевр В. А. Конфликтующие структуры / В. А. Лефевр. – М. : Советское радио, 1973. – 158 с.

Ліщинська О.А. Інформаційно-психологічна безпека: концепція соціокультурного імунітету / О.А. Ліщинська. – Івано-Франківськ: фоп Кузів Б.П., 2013. – 144 с.

Лисичкин В. А. Третья мировая (информационно-психологическая) война / В. А. Лисичкин, Л. А. Шелепин. – М. : Ин–т социально-политических исследований АСН, 1999. – 304 с.

Литвиненко О. В. Інформаційні впливи та операції / О. В. Литвиненко. – К. : НІСД, 2003. – 239 с.

Лифтон Р. Д. Технология «промывки мозгов» / Р. Д. Лифтон. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2005. – 576 с.

Лісневська А. О. Контекстуальний інформаційний вплив / А. О. Лісневська // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – Вип. 11. – К. : Міленіум, 2011а. – С. 225–234.

Лісневська А. О. Образи країн у свідомості представників різних вікових груп / А. О. Лісневська // Вісник Чернігів. нац. пед.. ун-ту. – 2011б. – Вип.94. Т.1. – С. 257–263.

Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. Ф. Ломов. – М., 1984. – 226 с.

Лотман Ю. М. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. – М. : Гнозис; Изд. группа «Прогресс», 1992. – 272 с.

Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.

Лотман Ю. М. Семиосфера. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.

Лотман Ю. М. Структура художественного текста / Ю. М. Лотман // Об искусстве. – СПб. : Искусство-СПБ, 1998. – С. 14–285.

Луков Вал. А. Социальное проектирование / Вал. А. Луков. – М. : Флинта : Социум, 2003.

Луков Вал. А. Тезаурусная концепция социального проектирования. / Вал. А. Луков // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». – Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/gumtech/projection/articles/2007/Lukov/3/.

Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман. – М. : Логос, 2005. – 280 с.

Луман Н. Общество как социальная система / Н. Луман. – М. : Логос, 2004. – 232 с.

Луман Н. Понятие общества / Н. Луман // Проблемы теоретической социологии. – СПб. : Петрополис, 1994. – С. 25–42.

Луман Н. Что такое коммуникация? / Н. Луман // Социологический журнал. – 1995. – № 3. – С. 114–125.

Мазилов В. А. Методология психологической науки / В. А. Мазилов. – Ярославль: МАПН, 2003. – 198 с.

Майерс Дэвид Дж. Социальная психология / Дэвид Дж. Майерс. – СПб. : Питер, 2013. – 800 с.

Майнцер К. Сложносистемное мышление: материя, разум, человечество. Новый синтез / К. Майнцер. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 464 с.

Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

Маклаков А. Г. Общая психология / А. Г. Маклаков. – СПб., 2008. – 583 с.

Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.

Малинецкий Г. Г. Междисциплинарные идеи в социологии и вызовы будущего / Г. Г. Малинецкий // Социс. – 2015. – № 4. – С. 152–161.

Малинецкий Г. Г. Сколько стоит культура? / Г. Г. Малинецкий [Электронный ресурс]. Сайт С. П. Курдюмова «Синергетика». – Режим доступа: http://spkurdyumov.ru/art/skolko-stoit-kultura/

Малинецкий Г. Г. Нелинейная динамика и проблемы прогноза / Г. Г. Малинецкий, С.П. Курдюмов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://spkurdyumov.narod.ru/OTCHET/OTCHET.htm

Малинецкий Г. Г. Когнитивный вызов и информационные технологии / Г. Г. Малинецкий, С. К. Маненков, Н. А. Митин, В. В. Шишов // Экономические стратегии. – 2011. – № 7–8. – С. 67–77.

Мамчур Е. А. Информационно-теоретический поворот в интерпретации квантовой механики: философско-методологический анализ / Е. А. Мамчур // Вопросы философии. – 2014. – № 1. – С. 57–72.

Манн С. Теория хаоса и стратегическое мышление / С. Манн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://spkurdyumov.ru/what/mann/

Маркузе Г. Одномерный человек / Г. Маркузе. – М. : REFL–book, 1994. – 368 с.

Мартин Г. П. Западня глобализации: атака на процветание и демократию / Г. П. Мартин, Х. Шуманн. – М. : Изд. Дом «АЛЬПИНА», 2001. – 335 с.

Матвеева Л. В. Психология телевизионной коммуникации / Л. В. Матвеева, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 316 с.

Матурана У. Биология познания / У. Матурана // Язык и интеллект. – М. : Прогресс, 1995. – С.95–142.

Матурана У. Древо познания: биологические корни человеческого понимания / У. Матурана, Ф. Варела. – М. : Прогресс-традиция, 2001. – 224 с.

Матьяш О. И. Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование / О. И. Матьяш // Сибирь. Философия. Образование. – 2002. – №6. – С.36–47.

Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1997. – 704 с.

Методологические основы синергетики и ее социальные аппликации. Материалы научного семинара. – М. : Научный эксперт, 2010. – 80 с.

Михайлов С. А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С. А. Михайлов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 448 с.

Михалева О. Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. – М.: Изд-во УРСС, 2009. – 256 с.

Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М. : Изд–во ЛКИ, 2008. – 416 с.

Московичи С. Машина, творящая богов / С. Московичи. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 560 с.

Най Дж. Гибкая сила. Как добиться успеха в мировой политике / Дж. Най. – М. : Тренд, 2006. – 397с.

Найсер У. Познание и реальность. Смысл и признаки когнитивной психологии / У. Найсер. – М. : Прогресс, 1981. – 232 с.

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. – М. : Едиториал УРСС, 2003.

– 240 с.

Назарчук А. В. Социальное время и социальное пространство в концепции сетевого общества / А. В. Назарчук // Вопросы философии. – 2012. – №9. – С. 56–66.

Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии / А. В. Назарчук. – М. : Прогресс-Традиция, 2009. – 320 с.

Налчаджян А. А. Социально-психическая адаптация личности (формы, механизмы и стратегии) / А. А. Налчаджян – Ереван: Изд-во АН Арм. ССР, 1988. – 263 с.

Нартов Н. А. Информационная война: история и современность / Н. А. Нартов. – М. : НОУ ВПО МИПП, 2014. – 213 с.

Некляев С. Э. СМИ в структуре информационно-психологических технологий локального военно-политического конфликта / С. Э. Некляев // Проблемы медиапсихологии. – М. : РИП-Холдинг, 2002. – С. 132–144.

Нестеров В. В. Научное знание как модель / В. В. Нестеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://alter.sinor.ru:8102/school/lecture_1.htm

Неурядові аналітичні центри в Україні: стан і перспективи (аналітична доповідь центру Разумкова) // Національна безпека і оборона. – 2003. – № 10. – С. 2–27.

Никитин В. А. Исследовательская политика / В. А. Никитин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.shkp.ru/lib/archive/second/investigations/6

Никитин В. Основание иного / В. Никитин, Ю. Чудновский. – К. : Оптима, 2011. – 176 с.

Николайчук И. А. Защита от «кибер-джихада» – актуальная проблема информационной безопасности / И. А. Николайчук, Д. В. Гурулева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://riss.ru/analitycs/11774/

Нисбетт Р. Культура и системы мышления: сравнение холистического и аналитического познания / Р. Нисбетт, К. Пенг, И. Чой, А. Норензаян // Психологический журнал. – 2011. – № 1. – С. 55–86.

Новейший философский словарь / сост. А. А. Грицанов. – Мн.: Изд. В. М. Скакун, 1998. – 896 с.

Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / под общим руководством акад. Ю. Д. Апресяна. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 1488 с.

Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. – М. : Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. – 352 с.

Нужна ли слову свобода? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://versii.com/news/137305/

Овчинский В. Организационное оружие / В. Овчинский, И. Сундиев // Изборский клуб. – 2013. – № 6. – С. 43–60.

Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М.: Рус. яз., 1988. – 750 с.

Окно Овертона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Окно_Овертона

Ольшанский Д. В. Политический ПР / Д. В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.

Омский М. Универсальные политические технологии и страновая специфика. Интервью с Михаилом Омским / М. Омский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gtmarket.ru/laboratory/publicdoc/2006/2110

Орлова В. В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке / В. В. Орлова. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 168 с.

Оруэлл Дж. 1984 / Дж. Оруэлл. – М. : АСТ, АСТ Москва, Харвест, 2009. – 368 с.

Осипова Н.Г. Теория и практика «влияния» средств массовой информации в современной западной социологии / Н.Г. Осипова // Вестник Моск. ун–та. – Сер. 18. Социология и политология. – 2001. – № 1. – С. 92–104.

Основи соціальної психології / О. А. Донченко, М. М. Слюсаревський, В.О. Татенко [та ін.]; за ред. М М. Слюсаревського. – К. : Міленіум, 2008. – 495 с.

Остин Дж. Слово как действие / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.17. Теория речевых актов. – М. : Прогресс, 1986. – С. 22–129.

Панарин И. Н. Информационная война и геополитика / И. Н. Панарин. – М. : Поколение, 2006. – 560 с.

Панарин И. Н. Искушение глобализмом / И. Н. Панарин. – М : ЭКСМО, 2003а. – 416 с.

Панарин И. Н. Технология информационной войны / И.Н. Панарин. – М. : КСП+, 2003б. – 320 с.

Партия регионов назвала всех вражеских агентов в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://glavcom.ua/articles/16072.html

Петренко В. Ф. Конструктивистская парадигма в психологической науке / В. Ф. Петренко // Психологический журнал. – 2002. – № 3. – С. 113–121.

Петренко В. Ф. Многомерное сознание: психосемантическая парадигма / В. Ф. Петренко. – М. : Новый хронограф, 2010. – 440 с.

Петренко В. Ф. Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. – М.; СПб.: Питер, 2005. – 480 с.

Петренко В. Ф. К ментальности Евразийского мира (социальные стереотипы дагестанских женщин). Психосемантическое исследование / В. Ф. Петренко, О. В. Митина, М. Ш. Магомед-Эминов // Общественные науки и современность. – 2012. – № 6. – С. 112–133.

Петрик В. М. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации / В. М. Петрик, В. В. Остроухов, А. А. Штоквиш и др. – К., 2008. – 544 с.

Петров О. В. Социологические пиар-технологии в политике / О. В. Петров. – К., 2007. – 288 с.

Петровский А. В. Основы теоретической психологии / А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 528 с.

Плющ А. Н. Восприятие художественного текста как проблема / А. Н. Плющ // Збірник наукових статей Київського міжнародного університету й Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Серія: «Психологічні науки: проблеми і здобутки». Випуск 1. – КиМУ, 2010а. – С. 142–157.

Плющ А. Н. Групповая дискуссия как элемент технологий формирования представлений о модернизационных процессах в обществе / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2013a. – Вип. 32 (35). – С. 262–277.

Плющ А. Н. Динамика представлений о будущем у студентов вуза / А. Н. Плющ, Т. Ю. Кирилина // Социально-гуманитарные технологии. – 2016. – № 2. – С 100–108. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sgtjournal.ru/wp-content/uploads/2016/08/14.02.Окончательный-вариант-202.pdf

Плющ А. Н. Дискурсивная практика информационного пространства / А. Н. Плющ // Наук. записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України / Редкол.: Ю. А. Левенець (голова) та ін. – Вип. 36 : Курасівські читання – 2007 : Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії. – К.: Знання України, 2007a. – С. 240–246.

Плющ А. Н. Дискурс постсоветских стран: западня постколониального мышления / А. Н. Плющ // Труды РАШ. – 2018a. – Вып. 15. – С. 156–168.

Плющ А. Н. Информационное влияние: смысловые трансформации понимания / А. Н. Плющ // Практична психологія та соціальна робота. – 2012a. – № 7. – С. 64–70.

Плющ А. Н. Информационное воздействие на стержневые компоненты системы политических установок / А. Н. Плющ // Наук. студії із соц. та політ психології. – 2007b. – Вип. 15 (18). – С. 201–211.

Плющ А. Н. Качество социетального дискурса как потенциал консолидации социума / А. Н. Плющ // Социология жизни: теоретические основания и социальные практики. – М. : РГГУ, 2016a. – С. 108–118.

Плющ А. Н. Коллизии политической субъектности / А. Н. Плющ // Наук. студії із соц. та політ психології. – 2007c. – Вип. 17 (20). – С. 280–286.

Плющ А. Н. Консолидирующий потенциал субъектов общества / А. Н. Плющ // Коммуникативные платформы для социальных и медийных инноваций.

Материалы 1–й Международной научно–практической конференции. – М.: Академия медиаиндустрии, 2014a. – С. 132–141.

Плющ А. Н. Конструирование образа России молодежью Украины / А. Н. Плющ // Дневник Алтайской школы политических исследований. – 2012b. – № 28. – С. 122–126. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ashpi.asu.ru/prints/pdf/dn28.pdf

Плющ А. Н. Конструирование образа социального проекта / А. Н. Плющ // Наук. студії із соц. та політ психології. – 2011a. – Вип. 28 (31). – С. 287–297.

Плющ А. Н. Конструирование образа страны потенциальными эмигрантами / А. Н. Плющ // Психологічні перспективи. – Спецвипуск. – 2012c. – Т. 2. – С. 49–58.

Плющ А. Н. Конструирование совместного дискурса в сложноорганизованных сообществах / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. Сборник материалов IX международного научного симпозиума 17–18 октября 2013 г., Москва / отв. ред. В. Е. Лепский. – М.: Когито–центр, 2013b. – С. 301–304.

Плющ А. Н. Конструируемый текст идентичности / А. Н. Плющ // Вопросы психологии. – 2018b. – № 1. – С. 28–39.

Плющ А. Н. Концептуальная модель системы политических установок индивидуальных субъектов / А. Н. Плющ. // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – 2005. – Вип. 4. – С. 72–80.

Плющ А. Н. Методологические аспекты синергетики / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2014b. – Вип. 121. – Серія «Психологічні науки». – Т. 2. – С. 88–94.

Плющ А. Н. Механизмы информационного влияния / А. Н. Плющ // Развитие современной цивилизации: ответы на вызовы времени: сборник трудов по материалам международной научно–практической конференции 25 ноября 2015 года, г.о. Королев, МГОТУ / под общ. научн. ред. В. А. Смирнова – М.: «Научный консультант», 2016b. – С. 323–328.

Плющ А. Н. Модель функционирования общественного мнения / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – 2013c. – Вип. 14. – С. 29–38.

Плющ А. Н. Моя хата с краю (опыт реконструкции языковой картины мира) / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2016c. – № 2. – С. 136–147.

Плющ А. Н. Об информационном влиянии политических субъектов на электорат / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2010b. – № 1. – С. 77–86.

Плющ А. Н. Представления о собственном будущем студентов России и Украины / А. Н. Плющ, Т. Ю. Кирилина, О. В. Петрунько // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2017. – Вып. 2. – С. 294–303.

Плющ А. Н. Программирование социального дискурса / А. Н. Плющ // Наук. студії із соц. та політ психології. – 2013d. – Вип. 33 (36). – С. 244–256.

Плющ А. Н. Психологические механизмы восприятия информации / А. Н. Плющ // Информационные войны. – 2016d. – № 4(40). – С. 90–98.

Плющ А. Н. Роль тезауруса при анализе политического текста / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – 2010c. – Вип. 10. – С. 250–260.

Плющ А. Н. Самозащита в информационных войнах / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. Сборник материалов XI международного научного симпозиума 16–17 октября 2017 г., Москва / отв. ред. В. Е. Лепский – М.: Когито–центр, 2017a. – С. 246–250.

Плющ А. Н. Связь субъективной картины мира с эмиграционными намерениями / А. Н. Плющ, Н. И. Басманова, А. А. Лисневская // Вопросы психологии. – 2014. – № 6. – С. 52–65.

Плющ А. Н. Семантическое пространство восприятия студентами Украины интеграции с европейским союзом или единым экономическим пространством / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2013e. – № 5. – С. 110–121.

Плющ А. Н. Синергетическая концепция организации мышления / А. Н. Плющ //

Психология человека в современном мире. – Т. 2. (Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120–летию со дня рождения С. Л. Рубинштейна, 15–16 октября 2009 г.) – М.: Изд–во Институт психологии РАН, 2009a. – С. 252– 258.

Плющ А. Н. Синергетическая методология и теория политической психологии / А. Н. Плющ // Теория и практика российской политической психологии. Материалы научной конференции, посвященной 20–летию кафедры политической психологии СПбГУ, Санкт–Петербург, 23–24 октября 2009 года. / под науч. ред. проф. А. И. Юрьева. – СПб.: Изд-во Санкт–Петербургского гос. ун–та, 2009b. – С. 177–181.

Плющ А. Н. Синергетическая модель организации вербальной информации / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2012d. – Вип. 103. – Серія «Психологічні науки». – Т. 2. – С. 67–72.

Плющ А. Н. Синергетическая модель организации общества / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2014c. – № 10. – С. 14–22.

Плющ А. Н. Содержательная валидность психосемантических методик в политической психологии / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – 2012e. – Вип. 13. – С. 85–97.

Плющ А. Н. Социальное управление в информационном обществе / А. Н. Плющ // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. – 2017b. – № 3 (17). – С. 12–20.

Плющ А. Н. Способы организации целого как методологическое основание / А. Н. Плющ // Вестник интегративной психологии. – 2010d. – Вып. 8. – С. 59–61.

Плющ А. Н. Среда, полисубъектная среда, сообщество коллективных субъектов / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. – 2015. – № 1–2. – С. 67–77.

Плющ А. Н. Социально–психологические механизмы информационного влияния: монография / А. Н. Плющ. – Нежин: Аспект–Поліграф, 2017c. – 244 с.

Плющ А. Н. Технологии конструирования позитивного образа политических

субъектов / А. Н. Плющ // Вісник Чернігів. нац. пед. ун–ту. – 2011b. – Вип. 94. – Т. 2. – С. 83–90.

Плющ А. Н. Феноменология политической деятельности с позиции субъектного подхода / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – 2008. – Вип. 7. – С. 123–132.

Плющ А. Н. Эвристический потенциал синергетической методологии в психологии / А. Н. Плющ // Психологія у суспільстві, що трансформується: матеріали Харківських Міжнародних психологічних читань, присвячених пам'яті О. М. Лактіонова. Квітень 2010 року. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010e. – С. 403–408.

Плющ А. Н. Эффекты информационного влияния политических субъектов: проблема измерения / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – 2011c. – Вип. 12. – С. 225–234.

Плющ О. М. Інформаційний вплив на ментальні структури суб'єкту / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2011d. – № 1. – С. 134–144.

Плющ О. М. Інформаційні маніпуляції як можливість для саморозвитку / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2009c. – № 3. – С. 40–50.

Плющ О. М. Просування експертними організаціями дискурсу політичних суб'єктів / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2012f. – № 1–2. – С. 204–215.

Плющ О. М. Суб'єкт в сучасній психології: синергетична методологія аналізу / О. М. Плющ // Педагогічний процес: теорія і практика (серія психологія). – 2017d. – № 1 (56). – С. 34–39.

Плющ О. М. Трансформація ролі ЗМІ в умовах глобалізації / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2007d. – Спецвипуск. – С. 62–71.

Плющ С. М. Зв'язок особистісних та індивідуально-психологічних особливостей у розумовій стомлюваності: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Плющ Світлана Миколаївна. – К., 1998. – 208 с.

Полани М. Личностное знание. На пути к посткритической философии / М. Полани. – М., 1995. – 344 с.

Полат Е. С. Проблема информационной безопасности в образовательных сетях рунет [Электронный ресурс] / Е. С. Полат. – М., 2004. – Режим доступа: http://distant.ioso.ru/library/publication/infobez.htm

Политическое измерение мировых финансовых кризисов. Феноменология, теория, устранение / под общ. ред. С. С. Сулакшина. – М. : Научный эксперт, 2012. – 632 с.

Попов Э. Российская политическая элита на рубеже XX–XXI вв. Конструирование социального порядка с помощью коммуникативных технологий / Э. Попов. – Владивосток, Точка зрения, 2001. – 276с.

Поппер К. Логика и рост научного знания / К. Поппер. – М. : Прогресс, 1983. – 605 с.

Поппер К. Логика научного исследования / К. Поппер. – М. : Республика, 2004. – 447 с.

Поршнев Б. Ф. Социальная психология и история / Б. Ф. Поршнев. – М. : Наука, 1979. – 232 с.

Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика / Р.К. Потапова. – М. : Эдиториал УРСС, 2005. – 368 с.

Почепцов Г. Г. Віртуальні революції: використання віртуальних об’єктів при зміні влади / Г. Г. Почепцов // Політичний менеджмент. – 2004. – №4. – С. 3–17.

Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл–бук; К. : Ваклер, 2001а. – 576 с.

Почепцов Г. Г. Информационные войны. Новый инструмент политики / Г. Г. Почепцов. – М. : Эксмо, 2015. – 256 с.

Почепцов Г. Г. Как "переключают" народы. Психологические информационные операции как технологии воздействия на массовое сознание в XX веке / Г. Г. Почепцов. – К. : Ваклер, 2001б.

Почепцов Г. Г. Революция com. Основы протестной инженерии / Г. Г. Почепцов. – М. : Европа, 2005. – 532 с.

Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер – 2001в. – 656 с.

Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации (от речей президентов до переговоров с террористами) / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 1998 . – 349 с.

Пригожин И. Введение в термодинамику необратимых процессов / И. Пригожин. – Ижевск: НИЦ "Регулярная и хаотическая динамика", 2001. – 160 с.

Проблема сборки субъектов в постнеклассической науке: сб. науч. ст. / отв. ред.: В. И. Аршинов, В. Е. Лепский. – М. : ИФРАН, 2010. – 271 с.

Прогнозное социальное проектирование: теоретико-методологические и методические проблемы / отв. ред. Т. М. Дридзе. – М.: Наука, 1994. – 303 с.

Пронина Е. Е. Категории медиапсихологии / Е. Е. Пронина // Проблемы медиапсихологии. – М. : РИП-Холдинг, 2002. – С. 145–157.

Психологическая энциклопедия / под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. – СПб. : Питер, 2006. – 1096 с.

Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія. – К. : Академія Української Преси, Центр вільної Преси, 2007. – 780 с.

Ракитов А. И. Философия компьютерной революции / А. И. Ракитов. – М. : Политиздат, 1991. – 287 с.

Расторгуев С. П. Информационная война. Проблемы и модели / С. П. Расторгуев. – М. : Гелиос АРВ, 2006. – 240 с.

Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф. – М. : Ультра.Культура, 2003. – 368 с.

Революция Никанорова (круглый стол) // Изборский клуб. Русские стратегии. – 2013. – № 8. – С. 90–98.

Реформатский А. А. Введение в языковедение / А. А. Реформатский. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 536 с.

Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода / Я. И. Рецкер. – М. : Р.Валент, 2010. – 240 с.

Рикер П. Герменевтика. Этика. Политика / П. Рикер. – М. : Kami–Academia, 1995. – 160 с.

Рикер П. Модель текста: осмысленное действие как текст / П. Рикер // Социологическое обозрение. – 2008. – Т. 7. – № 1. – С. 25–43.

Рогозин Д. О. Как в НАТО ловят души / Д. О. Рогозин // Независимая газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ng.ru/ideas/2010-06-18/5_nato.html

Рубин Дж. Социальный конфликт: эскалация, конфликт, разрешение / Дж. Рубин, Д. Пруйт, Ким Хе Сунг. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 352 с.

Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание / С. Л. Рубинштейн. – М. : Изд-во Акад. наук СССР, 1957. – 327 с.

Рубинштейн С. Л. Принципы и пути развития психологии / С. Л. Рубинштейн. – М. : Изд-во Акад. наук СССР, 1959. – 356 с.

Рыжов В. А. Умные сети, мобильный интеллект и стратегическое предвидение / В. А. Рыжов, В. С. Курдюмов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://spkurdyumov.narod.ru/kurrig.htm

Самофалов В. Управляемый имидж / В. Самофалов // Газета 2000. – 29 октяб.–4 нояб. 2010. – № 43.

Самофалов В. Глобальный вызов Китая / В. Самофалов // Газета 2000. – 2–8 нояб. 2012. – № 44.

Сергиенко Е. А. Раннее когнитивное развитие: Новый взгляд / Е. А. Сергиенко. – М. : ИП РАН, 2006. – 464 с.

Сенченко М. Мозкові центри країн світу / М. Сенченко, О. Сенченко, В. Гастинщиков. – К. : Персонал, 2016. – 278 с.

Сивуха С. В. Дискурсивное конструирование образовательной субъективности: стратегия исследования / С. В. Сивуха // Университет в перспективе развития: Альманах Центра проблем развития образования БГУ. – 2007. – № 5. – С. 24–39.

Слюсаревський М. М. Соціальна психологія як наука: концептуальні засади, стан і перспективи розвитку / М. М. Слюсаревський // Наук. студії із соц. та політ

психології. – 2008. – Вип. 19(22). – С. 3–23.

Сляднева Н. А. Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы / Н. А. Сляднева // Информационные ресурсы страны. – 2001а. – № 2. – С. 14–21.

Сляднева Н. А. Социально-информационные технологии как синергетический фактор эволюции сложных социальных систем / Н. А. Сляднева // Информационно-аналитический журнал «Факт». – 2001б. – №9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fact.ru/www/arhiv9s3.htm

Смирнов А. А. Обеспечение информационной безопасности в условиях виртуализации общества: опыт Европейского Союза / А. А. Смирнов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 196 с.

Смит Н. Современные системы психологии / Н. Смит. – СПб. : ПРАЙМ ЕВРОЗНАК, 2003. – 384 с.

Смолян Г. Л. Сетевые информационные технологии и проблемы безопасности личности / Г. Л. Смолян // Информационное общество. – 1999. – № 1. – С. 21–25.

Современный философский словарь. – М.; Бишкек; Екатеринбург : Одиссей, 1996. – 608 с.

Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.

Соловьев А. И. Политология. Политическая теория, политические технологии / А. И. Соловьев. – М. : Аспект-Пресс, 2009. – 575 с.

Соломатин А. Н. Коммуникативные стратегии формирования международного имиджа России (на примере телеканала RT-Russia Today) : автореферат дис. канд фил. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / А. Н. Соломатин. – М., 2014. – 31 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ipk.ru/attach.php?id=2059

Сондерс Ф. ЦРУ и мир искусств: культурный фронт холодной войны / Ф. Сондерс. – М., 2013. – 415 с.

Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды. Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама [Электронный ресурс] / В. Сороченко. – Режим доступа:

http://www.psyfactor.org/propaganda.htm

Спиркин А. Г. Методология / А. Г. Спиркин, Э. Г Юдин, М. Г. Ярошевский // Философский энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1989. – С. 359–360.

Стариков Н. Регуляторы свободы слова – британский вариант [Электронный ресурс] / Н. Стариков. – Режим доступа: http://nstarikov.ru/blog/35674

Степанов Ю. С. В трехмерном пространстве языка: Семиотические проблемы лингвистики, философии, искусства / Ю. С. Степанов. – М. : Наука, 1985. – 335 с.

Степин В. С. Теоретическое знание / В. С. Степин. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – 744 с.

Судас Л. Г. Постмодернизм [Электронный ресурс] / Л. Г. Судас. – Режим доступа: http://www.chem.msu.su/rus/teaching/sociology/postmodern.html

Сунь-Цзы. Трактаты о военном искусстве / Сунь-Цзы, У-Цзы. – М. : АСТ; СПб. : Terra Fantastica, 2002. – 560 с.

Сушков И. Р. Психологические отношения человека в социальной системе / И. Р. Сушков. – М. : Институт психологии РАН, 2008. – 412 с.

Талайко С. В. Психология личности / С. В. Талайко. – Мозырь : Белый ветер, 2007. – 198 с.

Татенко В. А. Психология в субъектном измерении / В. А. Татенко. – Киев : Просвіта, 1996. – 404 с.

Татенко В. О. Соціальна психологія впливу / В. О. Татенко. – Киев : Міленіум, 2008. – 216 с.

Татенко В. Соціально-психологічні механізми впливу: від аналізу до синтезу / В. О. Татенко // Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні. – К. : Український центр політичного менеджменту, 2003. – С. 52–60.

Татенко В. О. Суб’єктно-вчинковий підхід на службі у соціальної психології / В. О. Татенко // Психологія особистості. – 2015. – № 1 (6). – С. 20–31.

Тимофеева Л. Н. О национальной безопасности как пульсирующем процессе и когнитивной сфере / Л. Н. Тимофеева // Проблемы современного

государственного управления в России. – Вып. № 1(22). – М. : Научный эксперт, 2009. – С. 94–100.

Титаренко Т. М. Испытание кризисом. Одиссея преодоления / Т. М. Титаренко. – М. : Когито-центр, 2010. – 304 с.

Тлостанова М. В. Западные СМИ и мифология толерантности / М. В. Тлостанова // Право знать: история, теория, практика. – 2003. – № 9–10, (81–82). – С. 28–44.

Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками ксенофобии в обществе риска. – М. : ФИРО, 2011. – 608 с.

Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2004. – 784 с.

Тощенко Ж. Т. Социология. Общий курс / Ж. Т. Тощенко. – М. : Прометей: Юрайт-М, 2001. – 511 с.

Трофимова О. В. Публицистический текст: лингвистический анализ / О. В. Трофимова, Н. В. Кузнецова. – М. : Флинта: Наука, 2010. – 350 с.

Тульчинский Г. Л. PR фирмы: технология и эффективность / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Алетейя, 2001. – 294 с.

Турен А. От обмена к коммуникации: Рождение программированного общества / А. Турен // Новая технократическая волна на Западе. – М. : Прогресс, 1986. – С. 410–430.

Ульфкотте У. Продажные журналисты. Любая правда за ваши деньги / У. Ульфкотте. – М. : Эксмо, 2015. – 460 с.

Урсул А. Информация. Методологические аспекты / А. Урсул. – М. : Наука, 1971. – 293 с.

Урсул А. Д. Природа информации: философский очерк / А. Д. Урсул. – Челябинск, 2010. – 231 с.

Фаликман М. В. Когнитивная парадигма: есть ли в ней место психологии? / М. В. Фаликман // Психологические исследования. – 2015. – Т. 8, № 42 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://psystudy.ru/index.php/num/2015v8n42/1166-falikman42.html

Федоров А. В. Медиакомпетентность современной молодежи: проблемы и

тенденции / А. В. Федоров // Информационные войны. – 2008. – № 4(8). – С. 94–102.

Фельдман Д. М. Терминология власти: советские политические термины в историко-культурном контексте / Д. М. Фельдман. – М. : РГГУ, 2006. – 486 с.

Филдинг Н. Военные США будут манипулировать социальными сетями / Н. Филдинг, И. Кобэйн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://inosmi.ru/usa/20110318/167469729.html

Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод / Л. Дж. Филлипс, М. В. Йоргенсен. – Х. : Гуманитарный центр, 2004. – 336 с.

Философские проблемы физики элементарных частиц (тридцать лет спустя) : [сб.науч.ст. / отв. ред. Молчанов Ю. Б.]. – М. : ИФРАН, 1995. – 217с.

Фрейд З. Основные психологические теории в психоанализе / З. Фрейд. – М. : АСТ, 2006. – 400 с.

Фрейджер Р. Личность: теории, эксперименты, упражнения / Р. Фрейджер, Дж. Фейдимен. – СПб. : прайм-Еврознак, 2001. – 864 с.

Фуко М. Дискурс и истина / М. Фуко. – Минск: Пропилеи, 2006. – 152 с.

Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ, 2007.

Фурс Н. Э. Эпистемологические импликации постмодерного состояния – новые стратегические формулы образования / Н. Э. Фурс // Образование в современной культуре. – 2001. – Альманах. – № 1. – С. 74–79 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// charko.narod.ru/tekst/alm1/furs.ht>

Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2000. – 379 с.

Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне / Ю. Хабермас. – М. : Весь Мир, 2003. – 416 с.

Хакен Г. Синергетика / Г. Хакен. – М. : Мир, 1985. – 424 с.

Хакен Г. Самоорганизующееся общество / Г. Хакен // Будущее и настоящее России в зеркале синергетики. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – С. 216–271.

Хакен Г. Тайны восприятия / Г. Хакен, М. Хакен-Крелль. – М. : Институт компьютерных исследований, 2002. – 272 с.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 448 с.

Хилгартнер С. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен / С. Хилгартнер, Ч. Л. Боск // Социальная реальность. Журнал социологических наблюдений и сообщений. – 2008. – № 2. – С. 73–94.

Хьелл Л. Теории личности. Основные положения, исследования и применение / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб. : Питер, 1998. – 606 с.

Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Дж. Цаллер. – М. : Институт Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 559 с.

Цензура в Великобритании [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://socreal.fom.ru/files/sr0802-073-094.pdf

Цивьян Т. В. Модель мира и ее лингвистические основы / Т. В. Цивьян. – М. : КомКнига, 2006. – 280 с.

Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся / Р. Чалдини. – СПб. : Питер, 2010. – 336 с.

Челдышова Н. Б. Шпаргалка по социальной психологии / Н. Б. Челдышова. – М. : Экзамен, 2009. – 48 с.

Черемных К. Анонимная война / К. Черемных, М. Восканян, А. Кобяков // Изборский клуб. – 2013. – № 6. – С. 60–94.

Чернавский Д. С. Синергетика и информация. Динамическая теория информации / Д. С. Чернавский. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 288 с.

Черных А. И. Мир современных медиа / А. И. Черных. – М. : Изд. дом «Территория будущего», 2007. – 312 с.

Чумаков А.Н. Философия в современном мире: диалог мировоззрений / А. Н. Чумаков, А. Д. Королёв, А. В. Дахин // Вопросы философии. – 2013. – № 1. – С. 3–17.

Шадриков В. Д. Мир внутренней жизни человека / В. Д. Шадриков. – М. : Логос, 2006. – 392 с.

Шаров А. С. Онтология рефлексии: природа, функции и механизмы / А. С. Шаров // Рефлексивный подход: от методологии к практике. – М. : Когито-Центр, 2009. – С. 112–133.

Шрейдер Ю. А. Об одной модели семантической теории информации / Ю. А. Шрейдер // Проблемы кибернетики. – 1965. – Вып. 13. – С. 233–240.

Шрейдер Ю. А. Информация в структурах с отношениями / Ю. А. Шрейдер // Исследования по математической лингвистике, математической логике и информационным языкам. – М. : Наука, 1972. – С. 147–159.

Шульц В. Л. «Деревянный язык» как зеркало революции / В. Л. Шульц, Т. М. Любимова // Социологические исследования. – 2015. – № 1. – С. 136–145.

Шюц А. Избранное: мир, светящийся смыслом / А. Шюц. – М. : РОССПЭН, 2004. – 1056 с.

Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко. – СПб. : Симпозиум, 2007. – 502 с.

Энджел Дж. Ф. Поведение потребителей / Дж. Ф. Энджел, Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард. – СПб. : Питер Ком, 2000. – 759 с.

Энциклопедия эпистемологии и философии науки. – М. : Канон+, РООИ «Реабилитация», 2009. – 1248 с.

Юдин Б. Г. От гуманитарного знания к гуманитарным технологиям / Б. Г. Юдин //Знание. Понимание. Умение. – 2005. – № 3. – С. 129–139.

Юдина Т. В. Дискурсивное пространство политической речи / Т. В. Юдина // Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 172–185.

Юревич А. В. Социальная релевантность и социальная ниша психологии / А. В. Юревич // Психологический журнал. – 2006. – № 4. – С. 5–14.

Юрлова А. Ю. Методическая культура современных социологических исследований / А. Ю. Юрлова // Социологические исследования. – 2008. – № 2. – С. 135–140.

Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В. А. Ядов. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 1995. – 332 с.

Якобсон Р. О. Речевая коммуникация. Язык в отношении к другим системам коммуникации / Р. О. Якобсон // Избранные работы. – М. : Прогресс, 1985. – С.306–330.

Яковлев И. П. Основы теории коммуникации / И. П. Яковлев. – СПб. : Изд-во «Институт управления и экономики», 2001. – 230 с.

Яницкий М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М. С. Яницкий. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2000. – 204 с.

Ярославцева Е. И. Человек в перспективе сетевой парадигмы (опыт синергетического подхода) / Е. И. Ярославцева. – М. : Динтер, 2007. – 235 с.

Altheide D. Media Logic / D. Altheide, P. Snow. – Beverly Hills, 1979.

Berelson B. Communication and Public Opinion / B. Berelson // Communications in Modern Society. – Urbana, Ill.: Free Press, 1951.

Brzezinski Zb. Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era / Zb. Brzezinski. – New York: The Viking Press, 1970. – 356 p.

Eco U. The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts / U. Eco. – Bloomington, L.: Indiana University Press, 1979. – 273 p.

Giddens A. The Constitution of Society. Outline of a Theory of Structuration / A. Giddens. – The University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1984.

Harre R. Language games and the texts of identity // J. Shotter, K. Gergen (eds.) Texts of Identity. London, 1989.

Hodge R. Language as Ideology / R. Hodge, G. Kress. – New York: Routledge, 1993. – 230 p.

Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society / H. D. Lasswell // The Communication of Ideas. / Ed.: L. Bryson. – New York : Harper and Brothers, 1948. – P. 32–51.

Luntz F. Words That Work: It's Not What You Say, It's What People Hear / F. Luntz. – New York: Hyperion, 2007. – 352 p.

Poster M. The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context / M. Poster. – Cambridge: Polity Press, 1990.

Potter J. Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behavior / J. Potter, M. Wetherell. – London; 1987. – 256 p.

Shannon C. E. The Mathematical Theory of Communication / C. E. Shannon, W. Weaver. – The University of Illinois Press, Urbana, Illinois, 1949. – 270 p.

Wiener N. Cybernetics: or control and communication in the animal and the machine / N. Wiener. –New York: Technology press/John Wiley & Sons, 1948. – 360 p.

# ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Список публикаций

**А) Научные работы, в которых опубликованы основные результаты диссертации**

*1. Монография*:

1. Плющ А. Н. Социально-психологические механизмы информационного влияния : монография / А. Н. Плющ. – Нежин: Аспект-Поліграф, 2017. – 244 с.

*2. Статьи в научных изданиях, включенных в перечень, утвержденный МОН Украины*:

2. Плющ А. Н. Концептуальная модель системы политических установок индивидуальных субъектов / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К. : Міленіум, 2005. – Вип. 4. – С. 72–80.

3. Плющ О. М. Трансформація ролі ЗМІ в умовах глобалізації / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2007. – Спецвипуск. – С. 62–71.

4. Плющ А. Н. Информационное воздействие на стержневые компоненты системы политических установок / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2007. – Вип. 15 (18). – С. 201–211.

5. Плющ А. Н. Коллизии политической субъектности / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2007. – Вип. 17 (20). – С. 280–286.

6. Плющ А. Н. Феноменология политической деятельности с позиции субъектного подхода / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К. : Міленіум, 2008. – Вип. 7. – С. 123–132.

7. Плющ О. М. Інформаційні маніпуляції як можливість для саморозвитку / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2009. – № 3. – С. 40–50.

8. Плющ А. Н. Восприятие художественного текста как проблема / А. Н. Плющ // Психологічні науки: проблеми і здобутки : збірник наук. статей Київ. міжнар. університету й Ін-ту соц. та політ. психології НАПН України. – К., 2010. – Вип. 1. – С. 142–157.

9. Плющ А. Н. Роль тезауруса при анализе политического текста / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць; Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Міленіум, 2010. – Вип. 10. – С. 250–260.

10. Плющ О. М. Інформаційний вплив на ментальні структури суб'єкта / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2011. – № 1. – С. 134–144.

11. Плющ А. Н. Эффекты информационного влияния политических субъектов: проблема измерения / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць; Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Міленіум, 2011. – Вип. 12. – С. 225–234.

12. Плющ А. Н. Конструирование образа социального проекта / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2011. – Вип. 28 (31). – С. 287–297.

13. Плющ А. Н. Технологии конструирования позитивного образа политических субъектов / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2011. – Вип. 94. – Серія «Психологічні науки». – Т. 2. – С. 83–90.

14. Плющ А. Н. Конструирование образа страны потенциальными эмигрантами / А. Н. Плющ // Психологічні перспективи. – 2012. – Спецвипуск. – Т. 2. – С. 49–58.

15. Плющ О. М. Просування експертними організаціями дискурсу політичних суб'єктів / О. М. Плющ // Соціальна психологія. – 2012. – № 1-2. – С. 204–215.

16. Плющ А. Н. Информационное влияние: смысловые трансформации понимания / А. Н. Плющ // Практична психологія та соціальна робота. – 2012. – № 7. – С. 64–70.

17. Плющ А. Н. Синергетическая модель организации вербальной информации / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2012. – Вип. 103. – Серія «Психологічні науки». – Т. 2. – С. 67–72.

18. Плющ А. Н. Групповая дискуссия как элемент технологий формирования представлений о модернизационных процессах в обществе / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 32 (35). – С. 262–277.

19. Плющ А. Н. Программирование социального дискурса / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 33 (36). – С. 244–256.

20. Плющ А. Н. Модель функционирования общественного мнения / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць; Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Толком, 2013. – Вип. 14. – С. 29–38.

21. Плющ А. Н. Методологические аспекты синергетики / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2014. – Вип. 121. – Серія «Психологічні науки». – Т. 2. – С. 88–94.

22. Плющ О. М. Суб’єкт в сучасній психології: синергетична методологія аналізу / О. М. Плющ // Педагогічний процес: теорія і практика (серія психологія). – 2017. – № 1 (56). – С. 34–39.

*3. Статьи в зарубежных периодических научных изданиях, включенных в международные наукометрические базы данных*:

23. Плющ А. Н. Конструируемый текст идентичности / А. Н. Плющ // Вопросы психологии. – 2018. – № 1. – С. 28–39.

24. Плющ А. Н. Связь субъективной картины мира с эмиграционными намерениями / А. Н. Плющ, Н. И. Басманова, А. А. Лисневская // Вопросы психологии. – 2014. – № 6. – С. 52–65.

25. Плющ А. Н. Нелинейная модель мотивационной сферы личности / А. Н. Плющ, В. А. Бодров, Г. В. Ложкин // Психологический журнал. – 2001. – № 2. – С. 90–-100.

26. Плющ А. Н. Среда, полисубъектная среда, сообщество коллективных субъектов / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. – 2015. – № 1–2. – С. 67–77.

27. Плющ А. Н. Психологические механизмы восприятия информации / А. Н. Плющ // Информационные войны. – 2016. – № 4(40). – С. 90–98.

28. Плющ А. Н. Динамика представлений о будущем у студентов вуза [Электронный ресурс] / А. Н. Плющ, Т. Ю. Кирилина // Социально-гуманитарные технологии. – 2016. – № 2. – С. 100–108. – Режим доступа: http://sgtjournal.ru/wp-content/uploads/2016/08/14.02.Окончательный-вариант-202.pdf

**Б) Научные работы, которые свидетельствуют об апробации материалов диссертации**

29. Плющ А. Н. Об информационном влиянии политических субъектов на электорат / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 77–86.

30. Плющ А. Н. Семантическое пространство восприятия студентами Украины интеграции с Европейским союзом или единым экономическим пространством / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2013. – № 5. – С. 110-121.

31. Плющ А. Н. Синергетическая модель организации общества / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2014. – № 10. – С. 14–22.

32. Плющ А. Н. Моя хата с краю (опыт реконструкции языковой картины мира) / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2016. – № 2. – С. 136–147.

33. Плющ А. Н. Социальное управление в информационном обществе / А. Н. Плющ // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. – 2017. – № 3 (17). – С. 12–20.

34. Плющ А. Н. Представления о собственном будущем студентов России и Украины / А. Н. Плющ, Т. Ю. Кирилина, О. В. Петрунько // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2017. – Вып. 2. – С. 294–303.

35. Плющ А. Н. Дискурс постсоветских стран: западня постколониального мышления / А. Н. Плющ // Труды РАШ. – 2018. – Вып. 15. – С. 156–168.

36. Плющ А. Н. Содержательная валидность психосемантических методик в политической психологии / А. Н. Плющ // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. – К. : Золоті ворота, 2012. – Вип. 13. – С. 85–97.

37. Плющ А. Н. Консолидирующий потенциал субъектов общества / А. Н. Плющ // Коммуникативные платформы для социальных и медийных инноваций. Материалы 1-й Международной научно-практической конференции. – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – С. 132–141.

38. Плющ А. Н. Качество социетального дискурса как потенциал консолидации социума / А. Н. Плющ // Социология жизни: теоретические основания и социальные практики. – М.: РГГУ, 2016. – С. 108–118.

**В) Научные работы, которые дополнительно отражают научные результаты диссертации**

39. Плющ А. Н. Дискурсивная практика информационного пространства / А. Н. Плющ // Наук. записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – Вип. 36 : Курасівські читання – 2007 : Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії. – К.: Знання України, 2007. – С. 240–246.

40. Плющ А. Н. Синергетическая концепция организации мышления / А. Н. Плющ // Психология человека в современном мире. – Т. 2. (Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С. Л. Рубинштейна, 15–16 октября 2009 г.) – М.: Изд-во Институт психологии РАН, 2009. – С. 252–258.

41. Плющ А. Н. Способы организации целого как методологическое основание / А. Н. Плющ // Вестник интегративной психологии. – 2010. – Вып. 8. – С. 59–61.

42. Плющ А. Н. Синергетическая методология и теория политической психологии / А. Н. Плющ // Теория и практика российской политической психологии. Материалы научной конференции, посвященной 20-летию кафедры политической психологии СПбГУ, Санкт-Петербург, 23–24 октября 2009 года. / под науч. ред. проф. А. И. Юрьева. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2009. – С. 177–181.

43. Плющ А. Н. Эвристический потенциал синергетической методологии в психологии / А. Н. Плющ // Психологія у суспільстві, що трансформується: матеріали Харківських Міжнародних психологічних читань, присвячених пам'яті О. М. Лактіонова. Квітень 2010 року. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 403–408.

44. Плющ А. Н. Конструирование образа России молодежью Украины / А. Н. Плющ // Дневник Алтайской школы политических исследований. – 2012. – № 28. – С. 122–126. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ashpi.asu.ru/prints/pdf/dn28.pdf

45. Плющ А. Н. Конструирование совместного дискурса в сложноорганизованных сообществах / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. Сборник материалов IX международного научного симпозиума 17–18 октября 2013 г., Москва / Отв. ред. В. Е. Лепский – М.: Когито-центр, 2013. – С. 301–304.

46. Плющ А. Н. Механизмы информационного влияния / А. Н. Плющ // Развитие современной цивилизации: ответы на вызовы времени: сборник трудов по

материалам международной научно-практической конференции 25 ноября 2015 года, г.о. Королев, МГОТУ / под общ. научн. ред. В. А. Смирнова – М.: Научный консультант, 2016. – С. 323–328.

47. Плющ А. Н. Самозащита в информационных войнах / А. Н. Плющ // Рефлексивные процессы и управление. Сборник материалов XI международного научного симпозиума 16–17 октября 2017 г., Москва / отв. ред. В. Е. Лепский – М.: Когито-центр, 2017. – С. 246–250.

Приложение Б

Сведения об апробации результатов диссертации

1. IV Всеукраинская научная конференция «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», Киев, 2005.
2. Научная конференция «Курасівські читання – 2007: Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії», Киев, 2007.
3. V Всеукраинская научная конференция «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», Киев, 2008.
4. Всероссийская научная юбилейная конференция, посвященная 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна «Психология человека в современном мире», Москва, 2009.
5. Международная научная конференция «Теория и практика российской политической психологии», Санкт-Петербург, 2009.
6. VI Харьковские международные психологические чтения «Психологія в суспільстві, що трансформується», посвященные памяти А.Н. Лактионова, Харьков, 2010.
7. Международная научно-методическая конференция «Интегративная психология: теория и практика», Ярославль, 2010.
8. VI Всеукраинская научная конференция «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», Киев, 2011.
9. Первый Всеукраинский конгресс по социальной психологии «Соціально-психологічна наука третього тисячоліття: досвід, виклики, перспективи», Киев, 2010.
10. Всеукраинская научная конференция «Другі Сіверянські соціально-психологічні читання», Чернигов, 2011.
11. Всеукраинская научно-практическая конференция «Соціально-психологічні проблеми цілісності українського суспільства», Черкассы, 2012.

12. Интернет-конференции «Современная Россия и мир: альтернативы развития (Информационные войны в международных отношениях)», Барнаул, 2012.
13. Всеукраинская научная конференция «Треті Сіверянські соціально-психологічні читання», Чернигов, 2012.
14. XIX Ежегодная научная конференция института социальной и политической психологии, Киев, 2013.
15. Методологический семинар АПН Украины «Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив», Киев, 2013.
16. XXIV заочная международная научно-практическая конференции «Инновации в науке», Новосибирск, 2013.
17. II Международная научно-практическая конференция «Личность в изменяющихся социальных условиях», Красноярск, 2013.
18. IX Международный научный симпозиум «Рефлексивные процессы и управление», Москва, 2013.
19. Международная научно-практическая конференция «Коммуникативные платформы для социальных и медийных инноваций», Москва, 2014.
20. Всеукраинская научная конференция «П’яті Сіверянські соціально-психологічні читання», Чернигов, 2014.
21. X Международный научный симпозиум «Рефлексивные процессы и управление», Москва, 2015.
22. Международная научно-практическая конференция «Развитие современной цивилизации: ответы на вызовы времени», Королев, 2015.
23. XXII Ежегодная научная конференция института социальной и политической психологии, Киев, 2016.
24. XVII Международная теоретико-методологическая конференция «Социология жизни: теоретические основания и социальные практики», Москва, 2016.

25. Международная научная конференции «Общественное мнение и принятие политических решений на местном и глобальном уровнях: возможности и ограничения», Москва, 2016.

26. VIII международная конференция «Советский дискурс в современной культуре: постколониальный аспект проблемы», Москва, 2016.

27. Всероссийская научная конференция «X Ковалевские чтения», Санкт-Петербург, 2016.

28. XXIII Ежегодная научная конференция института социальной и политической психологии, Киев, 2017.

29. VIII Всеукраинская научная конференция «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», Киев, 2017.

30. XI Международный научный симпозиум «Рефлексивные процессы и управление», Москва, 2017.

31. Всероссийская научная конференция «XI Ковалевские чтения», Санкт-Петербург, 2017.

32. Пятая международная научно-практическая конференция «Философия и культура информационного общества», Санкт-Петербург, 2017.

33. Всеукраинская научно-практическая конференция «Психолого-педагогічне забезпечення громадської підтримки освітніх інновацій», Киев, 2017.