

МЕХАНИЗМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ MECHANISMS OF INFORMATION INFLUENCE

Плющ А.Н.
Plyushch A. N.

Институт социальной и политической психологии, Киев, Украина
Institute of Social and Political Psychology, Kiev, Ukraine

Информация рассмотрена как знаковый текст, выражающий смыслы автора в соответствии с его целями. Выделены три механизма информационного влияния (знаковый, семантический, целевой): конструирование знакового текста, создание контекста коммуникации, программирование дискурса потребителя информации.

Ключевые слова: информация, коммуникация, текст, контекст, дискурс.

Information is considered as a sign text which reflects authors' meanings according to its goals. Three mechanisms of information influence are distinguished (sign, semantic, goal): construction of sign text, creation of communication context, information consumer's discourse programming.

Keywords: information, communication, text, context, discourse.

С наступлением информационной эпохи, известной в парадигмальном смысле как эпоха постмодерна, изменился подход к цивилизационным противостояниям. Грубая (военная) сила заменяется «пряником», когда потребителям информации из разных стран, являющихся объектом (иногда и субъектом) воздействия медиапространства, внушается мысль об общей логике развития глобальных мировых процессов, главенствующую роль в которых занимают страны западного мира. Понимание механизмов информационного влияния позволит успешно противостоять информационному наступлению, выстроив собственное понимание логики развития мировой цивилизации и способов взаимоотношений между странами.

Взаимодействие субъектов предполагает согласование плана их совместных действий, в связи с этим и возникает понятие «информация», которой могут обмениваться субъекты в рамках коммуникации для конструирования общего плана деятельности. Коммуникация включает в себя информацию, субъектов и совместный план будущей деятельности. Текстовое понимание коммуникации (текст, авторы, замысел) можно применять и к организации самой информации. Которая в таком случае будет рассмотрена как часть физического мира, обладающая количественными характеристиками, как содержательная семантическая сторона информации, ее качественный аспект, как прагматическая сторона информации, определяемая ее пользой. Переданное сообщение информативно, если оно оказывается значимым для получателя и изменяет его целеустремленное состояние [1]. Информация представляет собой текст (как последовательность знаков), выражающий заложенные автором смыслы, и являющийся инструментом, способствующим автору достигать запланированных целей.

Под дискурсом будем понимать отложившийся и закрепившийся в языке способ упорядочения действительности, способ видения мира, реализуемый в практиках субъекта [3]. Тогда информация представляет собой артикуляцию фрагмента дискурса субъекта. Потребление информации можем рассматривать как процесс разложения информации на три пучка (знаки, смыслы, цели), которые подвергаются последующему анализу. В дальнейшем в случае необходимости фрагменты этих пучков интегрируются в целостный дискурс потребителя. Информационное влияние будет представлять собой продвижение дискурса (его фрагментов) субъекта влияния.

Информационное влияние осуществляется в ходе коммуникации, когда потребитель оказывается под воздействием информации, автора информации, дискурса

автора информации. Соответственно, можно выделить три вида информационного влияния: **непосредственное** влияние знакового текста информации, **опосредованное** влияние автора информации, конструирующего социальный контекст ситуации коммуникации, **индуцированное** информационное влияние дискурса автора информации. Психологический механизм будем рассматривать как структуру определенных психических действий, осуществление которых приводит к необходимому результату. В качестве механизмов информационного влияния рассмотрим конструирование знакового текста, создание контекста коммуникации, программирование дискурса потребителя информации.

Конструирование знакового текста представляет собой моделирование фрагмента действительности путем использования многозначных семантических единиц. Наделение этих единиц конкретным смыслом подразумевает задание имплицитной позиции(й) автора. Интеграция этих единиц в целостный текст реализует замысел автора [4]. Знаковый текст может быть многослойным, когда цели автора через систему промежуточных целей, в свою очередь, могут образовывать «целевой» текст (текст в тексте).

Свое значение информация приобретает только в контексте ситуации коммуникации. Контекстуальное понимание информации, приводит к тому, что коммуникативные процессы рассматриваются как идущие на двух уровнях: текстовом и социальном [2]. В обоих случаях приходится говорить об опосредованном влиянии автора информации. Влияние информации (знакового текста) будет опосредовано ролью информации в информационном потоке, а влияние автора информации заключается в том, что он помещает конкретную информацию в информационный поток (метатекст) коммуникации. Непосредственное восприятие информации дополняется последующим ее обсуждением в рамках существующих социальных взаимоотношений коммуникантов. Как правило, потребитель информации ориентируется на дискурс группового субъекта с которым он себя идентифицирует (на дискурс референтных групп). Субъект влияния принимает усилия по организации социального пространства коммуникации, занимаясь его форматированием – задавая позиции участников в социальной структуре и устанавливая в этой структуре взаимоотношения.

Необходимо отметить, что важно не то, какая информация транслируется, а то, как потребители воспроизводят заложенный в нее дискурс. Реконструкция дискурса субъекта влияния, заложенного в информации, предполагает интеллектуальные усилия потребителя информации, наличие у него инструмента коммуникации (дискурса), позволяющего осуществлять эту деятельность. Информация (и дискурс автора) будет восприниматься через призму дискурса потребителя, на основе которого будет реконструироваться дискурс, не превосходящий сложностью инструмент коммуникации. Можно породить множество текстов на ту или иную тему, но если потребитель не способен реконструировать их дискурс (знаки, смыслы, цели), то эти тексты будут нести иные, чем было задумано, последствия.

Дискурс рассматриваем как картины мира субъекта в различных социальных ролях, интегрированные в единое целое. При таком понимании организации дискурса у субъекта при конструировании дискурса одновременно существуют три позиции: в картине мира, в социальном пространстве ролей, в качестве автора, «собирающего» интегративный дискурс. Соответственно, можно выделить три способа конструирования дискурса – как результат жизнедеятельности субъекта, коммуникации с другими субъектами, аутокоммуникации. Программирование дискурса потребителя информации осуществляется организацией его жизнедеятельности, коммуникативного пространства, внутренней коммуникации (рефлексивными процессами). При этом знаковый текст информации будет частью ситуативной коммуникации, которая составляет часть коммуникационного пространства, которое составляет одно из измерений жизнедеятельности субъекта.

Потребитель, используя имеющийся у него дискурс, реконструирует фрагменты дискурса, заключенного в информации. В ходе коммуникации потребитель, используя реконструированные фрагменты, конструирует совместный дискурс. В процессе аутокоммуникации потребитель проверяет качество совместного дискурса и в случае необходимости вносит поправки в собственный нормативный дискурс. Сложноорганизованный дискурс обеспечивает субъекту функционирование в мире, конструирование совместного дискурса с другими субъектами, совершенствование организации собственного дискурса. Отметим тройную роль дискурса в коммуникации, он выступает в качестве инструмента коммуникации, пространства взаимодействия дискурсов потребителя и автора информации, результата коммуникации.

В ходе социализации индивидуальный субъект усваивает социетальный дискурс, транслируемый обществом. Субъект, становясь социально дееспособным, начинает воспроизводить социетальный дискурс самостоятельно в ходе своей жизнедеятельности. Наблюдается круговая причинность, когда из потребителя дискурса индивидуальный субъект превращается в его ретранслятора. В широком смысле дискурс представляет собой свернутую программу жизнедеятельности субъекта. Если в качестве субъекта рассматривать коллективного субъекта (общество), то социетальный дискурс включает в себя программу модернизации общества (цели его функционирования).

Общество воспроизводит собственный дискурс процессами организации жизнедеятельности его субъектов, организацией взаимодействий этих субъектов, организацией самопознания собственной истории, когда осмысливается предназначение общества в изменяющихся исторических условиях [6]. Качество социетального дискурса определяется организацией жизнедеятельности общества, обеспечивающей возможности самореализации субъектов общества, общественным согласием политических субъектов, уверенностью в состоятельности дискурса, которое обусловлено деятельностью самоорганизационных структур социума (система социальных коммуникаций, система образования, наука). Эти структуры отвечают не только за конструирование качественного дискурса, но и за организацию рефлексивных процессов, позволяющих оценить качество дискурса.

Образование сложноорганизованной социальной структуры, когда общество составляют разноустремленные субъекты, и дает возможность сконструировать совместный социетальный дискурс, который приспособлен для решения задач изменяющегося мира. Прошлое всегда многоаспектно, а будущее – многовариантно, и какой из вариантов будет реализован, зависит от того, насколько учтены уроки прошлого. Существует один нюанс, управляя процессами аутокоммуникации можно влиять на качество дискурса субъекта. Извне убедить общество в привлекательности чужеродного дискурса и отказа от собственного дискурса достаточно трудно, тем более, что общество воспроизводит привычный дискурс в силу устойчивости условий своей жизнедеятельности и организации социальных коммуникаций. Вместе с тем, имеется возможность вырастить внутри общества носителей необходимого дискурса, которые будут дискредитировать традиционный дискурс и заниматься внедрением чужеродного дискурса.

Информационное влияние рассмотрено как продвижение дискурса субъекта влияния. Субъект влияния в соответствии с необходимым дискурсом создает информацию, организует коммуникацию, направляет аутокоммуникацию потребителя информации. Запускаются процессы самоорганизации потребителем собственного дискурса, который воссоздается в ситуации коммуникации. Дискурс – результат коллективного творчества, и те, кто управляют знаковой культурой (знаки – элементы дискурса), распоряжаются человеческим объединением. Важнейший принцип реализации «мягкой власти» – это убеждение отдельных жителей, элит, институциональных структур самобытных обществ в превосходстве американской (либеральной) модели жизнеустройства [5]. На сегодняшний день для многих это наваждение спало. Понимание

несовершенства других не избавляет Россию от конструирования собственного проекта, интегрирующего все этапы своей истории, и способного отвечать на вызовы времени.

Литература

1. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. М.: "Сов. Радио". 1974. 271 с.
2. Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии. М.: Смысл. 2000. 476 с.
3. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс. 1989. 312 с.
4. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциологии. М.: Наука. 1984. 272 с.
5. Най Дж. Гибкая сила. Как добиться успеха в мировой политике. М.: Тренд, 2006. 397с.
6. Плющ А.Н. Синергетическая модель организации общества // СоцИс. 2014. № 10. С. 14-22.