

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису**

**ПЛЮЩ ОЛЕКСАНДР МИКОЛАЙОВИЧ**

УДК 316.771:316.324.8

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ  
ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ  
СУСПІЛЬСТВІ**

19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи

Подається на здобуття наукового ступеня доктора психологічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ А.Н. Плющ

**Науковий консультант:** член-кореспондент НАПН України, доктор психологічних наук, професор В. О. Татенко

Київ – 2018

## АНОТАЦІЯ

*Плющ О. М.* Соціально-психологічні механізми інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора психологічних наук за спеціальністю 19.00.05 – соціальна психологія, психологія соціальної роботи. – Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ, 2018.

У дисертації розроблено синергетичну концепцію інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві. Людство на рубежі ХХ–ХХІ ст. перейшло в нову стадію свого розвитку, в якій кардинальні суспільні зміни пов'язані з інформаційними та комунікаційними технологіями. Щодо неї застосовуються різні визначення, основними з яких є «постіндустріальне суспільство», «інформаційне суспільство», «суспільство знання», «комунікативне суспільство», «програмоване суспільство». Постіндустріальне суспільство передбачає нові форми соціалізації, засновані на вільному доступі до інформації, нерегламентованих способах її обробки і соціального використання. Продукування знаків і знакових систем, які виражають сенси і визначають завдання життєдіяльності, стає провідним сектором інноваційної економіки і політики, що дає можливість управляти масовою поведінкою індивідуальних суб'єктів. У зв'язку з налаштованістю суспільства на постійне споживання інформації виникає спокуса управління процесами конструювання віртуальної реальності через контроль над інформаційними потоками.

Враховуючи множинність теоретичних і методологічних підходів до вивчення процесів інформаційного впливу, що вже існують, автором обґрунтовано застосування синергетичного підходу, котрий дозволяє аналізувати соціальні явища і процеси з мультипарадигмальних позицій. У

рамках цього підходу дослідник при аналізі цілого вивчає узгоджену взаємодію його частин, що утворюють складноорганізовану цілісність, яка функціонує на основі процесів самоорганізації.

Порівняно з системним підходом застосування синергетичної методології дозволяє розширити рамки аналізу досліджуваних явищ. Складність структурної організації системи і середовища її функціонування доповнює складність самоорганізації системи в часі. У мінливому середовищі система, залишаючись собою, «довстановлює» власне призначення в метасистемі. Прикладом такого способу теоретичного моделювання може слугувати створення тексту, коли автор конструює складноорганізовану структуру згідно власного задуму, який може трансформуватися у ході написання тексту.

Наведено синергетичне розуміння основних використовуваних понять: дискурсу, інформації, комунікації, суспільства, інформаційного впливу. Суспільство розглядається як текст, котрий (ре)конструюють суб'єкти суспільства протягом своєї життєдіяльності. Цей текст відтворюється відповідно до задуму, функцію якого виконує соціетальний дискурс. Цей дискурс, своєю чергою, є безперервно оновлюваним текстом, породжуваним суб'єктами суспільства в їхніх комунікаціях. У складноорганізованому суспільстві суб'єкт здатен конструювати внутрішній світ за подобою організації соціального світу, у діяльність котрого він включений. Для означення конструкцій внутрішнього світу використовуються різноманітні терміни – імпліцитна теорія, інтенціональна картина світу, когнітивна карта, установка, соціальні уявлення, схеми, сценарії, скрипти, стереотипи, фрейми та ін. Автор з цією метою використовує термін «дискурс», визначений як текст задуму тексту життєдіяльності суб'єкта. У ході соціалізації індивідуальний суб'єкт засвоює версію соціетального дискурсу, на основі котрої вибудовує власну життєдіяльність. Спостерігається кругова причинність: конструювання

дискурсу індивідуального суб'єкта зумовлено соціетальним дискурсом, відповідно до якого організована життєдіяльність суспільства, у той же час суб'єкт на основі наявного у нього дискурсу оновлює (реконструює) зміст соціетального дискурсу.

Інформацію розглянуто як текст, що є артикульованим фрагментом дискурсу суб'єкта впливу. Інформація являє собою послідовність знаків, котрій автор тексту надає сенсу у рамках цілей суб'єкта впливу. При цьому комунікація постає як обмін знаками, взаємодія суб'єктів, конструювання спільного дискурсу, а учасники комунікації перебувають у трьох рольових позиціях – авторів інформації, учасників комунікації, співавторів спільного дискурсу. У результаті виникає розширене розуміння ситуації інформаційного впливу: споживання інформації індивідуальними суб'єктами змінюється аналізом суб'єкт-суб'єктних комунікацій аж до розуміння соціальних комунікацій як процесу корекції соціетального дискурсу, спрямованого на конструювання життєздатного суспільства. Аналіз дискурсивної взаємодії суб'єктів суспільства має на увазі, що вони, реалізуючи у ході комунікації приватні цілі, конструюють спільний дискурс, що є частиною соціетального дискурсу. Відбувається «комунікація в комунікації», коли комунікація суб'єктів є частиною процесу відтворення соціетального дискурсу. Отримання інформації запускає процеси самоорганізації споживача інформації, групового суб'єкта комунікації, суспільства у цілому. Здійснюючи вплив інформацією на індивідуальних суб'єктів, можна впливати на соціетальний дискурс, трансформуючи програму життєдіяльності суспільства.

Запропоновано розуміння інформаційного впливу як діяльності по просуванню дискурсу, спрямованої на засвоєння споживачем фрагментів дискурсу суб'єкта впливу, трансльованого в інформації. Цей вплив одночасно аналізується як інтенція суб'єктів, імовірний результат їхньої взаємодії, один із процесів самоорганізації суспільства.

Сконструйовано модель психологічних механізмів сприйняття інформації, що володіє масштабною інваріантністю. Ці механізми дозволяють споживачеві реконструювати фрагменти дискурсу, закладені в інформації. Задано базові механізми: розпізнавання, розуміння, антиципація, які застосовуються до різних структурних елементів тексту: знаків сенсів, цілей, виділених споживачем інформації.

Відповідно до синергетичного розуміння розглянуто три соціально-психологічні механізми інформаційного впливу: конструювання знакового тексту інформації, створення соціального контексту комунікації та програмування дискурсу, який використовується споживачем інформації. Діяльність, спрямована на створення соціального контексту ситуації комунікації, розгортається у двох вимірах, до яких входять організація метатексту (інформаційного потоку) суб'єкта впливу й організація соціального простору, в якому відбувається взаємодія суб'єктів. Програмування дискурсу проводиться у трьох вимірах: шляхом організації життєдіяльності споживача інформації, конструювання простору його соціальних комунікацій, організації його аутокомунікації.

Запропонована синергетична модель соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу володіє масштабною інваріантністю, три соціально-психологічні механізми поєднані в єдине ціле і діють на споживача одночасно, але кожен з них у свою чергу організований за подобою тексту, складеного з дискретних елементів. Ці механізми представляють складноорганізовану діяльність суб'єкта впливу, що розгортається залежно від глибини планування і складності організації цієї діяльності. При цьому безпосередній інформаційний вплив опосередковано соціальним впливом автора інформації та індукованим впливом дискурсу суб'єкта впливу, які запускають процеси самоорганізації споживача інформації.

Відзначено компліментарність організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу, використовуваних у конструюванні текстів, і психологічних механізмів сприйняття інформації. Якщо суб'єкт інформаційного впливу здійснює збірку тексту(ів), то споживач починає сприйняття інформації з деконструкції тексту(ів): вибір елементів – розпізнавання елементів; з'єднання елементів – демонтаж цілого на частини, що дозволяє розуміти зв'язки елементів у виділених контекстах; задавання логіки конструювання цілого відповідно до цілей – антиципація цілей організації цілого. Взаємодоповнюваність цих процесів дає можливість чинити інформаційний вплив, що приводить до «засвоєння» фрагментів трансльованого дискурсу.

Виявлено, що дослідження ефективності інформаційного впливу як оцінки діяльності суб'єкта впливу по просуванню його дискурсу включає в себе аналіз: витрачених зусиль суб'єкта впливу, отриманих результатів (змін, що трапилися з аудиторією), досягнутих цілей. Наведено ряд факторів, здатних нівелювати ефективність діяльності по просуванню дискурсу суб'єкта впливу: проблеми в організації інформаційної кампанії, успішна протидія опонентів, зміна значимості запропонованого дискурсу.

Технології інформаційного впливу розглянуто як діяльність з конструювання механізмів інформаційного впливу, як «діяльність над діяльністю», яка забезпечує просування дискурсу суб'єкта впливу. Сучасні інформаційні технології виявляються не лише технічним засобом доставки інформації, але одночасно є інструментом впливу, що сприяє реконструкції соціетального дискурсу. Виділено такі типи технологій інформаційного впливу:

- інформаційні (конструювання інформаційних текстів);
- соціальні (конструювання колективного суб'єкта комунікації і соціальних структур, що створюють і поширюють інформацію);

– ментальні (діяльність з програмування соціетального дискурсу в різних сферах його функціонування: життєдіяльності суспільства, простору соціальних комунікацій, самоорганізації соціетального дискурсу).

Виявлено, що стратегії інформаційної безпеки суспільства мають передбачати наявність у ньому якісного соціетального дискурсу, який дає можливість суспільству витримувати конкуренцію з іншими суспільствами. Умовами, критеріями і результатами функціонування якісного дискурсу є суспільство, яке ефективно функціонує; управління простором соціальних комунікацій; управління (ре)конструюванням соціетального дискурсу. В умовах глобалізації основами інформаційної безпеки суспільства на міжнародній арені є технологічна конкурентоспроможність держави; здатність брати участь в організації міжнародних об'єднань, які створюють системи колективної безпеки; участь у конструюванні дискурсу глобалізації в якості одного з його авторів.

**Ключові слова:** комунікація, синергетичний підхід, текст, інформація, автор, дискурс, інформаційний вплив.

#### 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<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> 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 informational 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 spheres of its functioning, such as the livelihood of society, the space of social 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-quality 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-)construction of societal discourse. Under the circumstances 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 опублікованих автором праць за темою дисертації

***А) Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації***

*1. Монографія:*

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

*2. Статті у наукових фахових виданнях, включених до переліку, затвердженого МОН України:*

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 // Проблемы 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. уні-ту 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 // Проблемы 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 // Проблемы 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. Статті в зарубіжних періодичних наукових виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз даних:*

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) Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації***

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 РАН. – 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) Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації***

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.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	22
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА</b>	35
1.1. Основні аспекти функціонування постіндустріального суспільства	35
1.2. Синергетична парадигма: принципи нового світобачення соціальних процесів	43
1.3. Синергетичне моделювання соціальних процесів	68
Висновки до розділу 1	89
<b>РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА СИНЕРГЕТИЧНОГО ПІДХОДУ ПРИ АНАЛІЗІ ПРОЦЕСІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ</b>	90
2.1. Інформаційний вплив у контексті комунікації	90
2.2. Смыслові трансформації розуміння комунікації в історичній перспективі	97
2.3. Соціально-психологічний ракурс розгляду процесів інформаційного впливу	123
Висновки до розділу 2	127
<b>РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ СИНЕРГЕТИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ</b>	129
3.1. Синергетичний підхід до розуміння інформації	133
3.2. Синергетична модель організації дискурсу	144
3.3. Інформаційний вплив як просування дискурсу суб'єкта впливу	155
Висновки до розділу 3	167

<b>РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ</b>	169
4.1. Тринітарне розуміння поняття «механізм»	169
4.2. Психологічні механізми сприйняття інформації	176
4.3. Синергетична модель соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу	191
Висновки до розділу 4	233
<b>РОЗДІЛ 5. ВИВЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ</b>	236
5.1. Результати і ефективність інформаційного впливу	236
5.2. Вивчення впливу інформації на її споживачів	245
5.3. Дослідження трансформацій дискурсів групових суб'єктів	253
Висновки до розділу 5	261
<b>РОЗДІЛ 6. ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ</b>	263
6.1. Інформаційний супровід як компонент технологій соціального проектування	263
6.2. Приклади використання технологій інформаційного впливу	275
6.3. Забезпечення інформаційної безпеки суспільства	311
Висновки до розділу 6	3
	45
<b>ВИСНОВКИ</b>	347
<b>ЛІТЕРАТУРА</b>	352
<b>ДОДАТКИ</b>	391

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Для сучасної епохи характерним є те, що генерування, передавання та інтерпретація інформації стали фундаментальними джерелами виробництва і влади. Посилюється вплив інформаційно-комунікаційних технологій на всі сфери людської діяльності. Досягнення у галузі нових технологій, на яких ґрунтується функціонування інформаційного суспільства, різко змінили характер масових комунікацій. Особливістю комунікаційних процесів за умов глобалізації є їхня технологічна складність, яка забезпечує швидкість та доступність комунікацій і водночас уможлиблює конструювання інформаційного простору, співавтором тексту якого може бути кожен суб'єкт. Все більше часу індивідуальні суб'єкти проводять у віртуальному просторі, замінюючи реальні контакти на опосередковані. Засоби масової комунікації з каналу отримання інформації і простору комунікації трансформуються в одну з основних сфер життєдіяльності, створюючи особливу інформаційну реальність як принципово нове середовище перебування сучасної людини. У зв'язку з тим, що суспільство налаштоване на постійне споживання інформації, виникає спокуса управління процесами конструювання віртуальної реальності через контроль над інформаційними потоками.

В постіндустріальному суспільстві помітне посилення впливу інформаційних технологій на всі сфери людської діяльності. Залежність соціальних комунікацій від використаних інструментів (інформаційних технологій) створює сприятливі умови для впровадження нових механізмів управління соціальними процесами, зокрема через оволодіння можливостями сучасних інформаційно-комунікативних технологій. Зростання обсягів суперечливої інформації ускладнює зіставлення її з реальністю споживачами. Завдяки цьому суб'єкти впливу можуть керувати

потоками інформації, залишаючись при цьому прихованими, що ускладнює розуміння справжньої мети авторів інформації. У зв'язку з цим вивчення соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу, які забезпечують перетворення цілей суб'єктів впливу в дії споживачів інформації, видається цілком актуальним. Як указано в науковій літературі (З. Бжезинський, С. Г. Кара-Мурза, Г. Г. Почепцов та ін.), використання інформаційних технологій для формування суспільної свідомості може бути спрямоване не тільки на консолідацію суспільства, але і на дезорганізацію його життєдіяльності. Саме тому розуміння принципів дії соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу дасть змогу запропонувати основні напрями практичного забезпечення інформаційної безпеки постіндустріального суспільства.

Зростаюча технологічна складність новітніх інформаційних носіїв та безперервне удосконалення інформаційно-комунікативних технологій створюють можливості для розроблення та впровадження принципово нових механізмів інформаційного впливу. Сучасний стан розробленості проблеми функціонування механізмів інформаційного впливу характеризується існуванням значної кількості підходів, що спираються на різні методології, які можуть суперечити одна одній. Це потребує створення деякої мірою універсального теоретико-методологічного конструкту, спираючись на який, соціальна психологія матиме можливість застосовувати новий оригінальний підхід для дослідження механізмів інформаційного впливу.

**Стан вивчення проблеми.** Складність феномена інформаційного впливу, багатоваріантність форм його прояву, що зумовлюють організацію процесу соціальної взаємодії, привертають увагу представників найрізноманітніших дисциплін, коло яких постійно розширюється (соціологія, політологія, соціальна і політична психологія, культурологія, журналістика, соціальна філософія, семіотика, герменевтика, мовознавство,

лінгвістика тощо). Зростання спеціалізації наук приводить, з одного боку, до щоразу докладнішого і повнішого аналізу, а з другого – до множинності (зворотною стороною якої є фрагментарність) теоретичних і методологічних підходів до вивчення механізмів інформаційного впливу.

Досягнення мети інформаційного впливу здійснюється в ході комунікації суб'єктів, яка розглядається як взаємодія суб'єктів за допомогою інформації. В рамках інформаційно-орієнтованих підходів інформаційний вплив аналізують як результат впливу інформації, під якою можна розуміти і одиничне інформаційне повідомлення (його текст), і сукупність текстів (метатекст) та інформаційний простір суспільства в цілому (Дж. Брайант, С. Томпсон, І. М. Дзялошинський, М. Кастельс, М. М. Слюсаревський, П. Д. Фролов та ін.). Розглядаючи суб'єкт-суб'єктну взаємодію автора інформації та її споживача, маємо враховувати організацію соціального контексту, яка визначає процеси міжсуб'єктної взаємодії в ситуації комунікації (Ф. Зімбардо, П. Лазарсфельд, Е. Ноель-Нойман, Г. Г. Почепцов, В. О. Татенко, Р. Чалдіні та ін.). Ефективність інформаційного впливу залежить від здатності споживача інформації самостійно її інтерпретувати, засвоювати передані смисли, реконструювати наміри суб'єкта впливу (Т. З. Адам'янц, Ван Т. А. Дейк, Т. М. Дрідзе, С. Московічі та ін.).

Різні аспекти комунікації, які зумовлюють процеси інформаційного впливу, передбачають міждисциплінарність її вивчення. У ролі складових частин наук, що займаються фізичним описом інформації, її знаковим втіленням, прийомами і способами конструювання текстів, виступають такі дисципліни, як мовознавство, лінгвістика, журналістика та ін. (О. М. Баранов, Р. Блакар, І. Т. Касавін, В. В. Налімов, Ф. де Соссюр, Ю. С. Степанов). Змістовим, ціннісним, цільовим аспектам інформації приділена увага в семіотиці, герменевтиці, теорії мовних актів тощо (Р. Акофф, Т. З. Адам'янц, Д. Лакофф, Ю. М. Лотман, Дж. Остін, Ч. Пірс, П. Рікер та ін.). Соціальним контекстам ситуації комунікації все більше уваги



приділяється в таких наукових дисциплінах, як соціальна психологія, соціологія, політологія, комунікологія, соціальна філософія тощо (П. Бурдьє, Ж. Бодріяр, Е. Гідденс, Д. В. Ольшанський, Х. Ортега-і-Гассет, Ю. Габермас, Ф. І. Шарков та ін). Комунікація як ресурс для процесів самоорганізації суб'єкта і конструювання його дискурсу розглядається у психології, культурології, теоріях самоорганізації і соціального конструктивізму, в теоріях дискурсу тощо (В. І. Аршинов, Е. М. Князева, М. Л. Макаров, С. Московічі, В. Ф. Петренко, У. Еко та ін.).

Різноманіття сучасних теорій, що спираються на різні підходи, зумовлює проведення аналізу механізмів інформаційного впливу, здійснюваного в ході соціальних комунікацій, з позицій мультипарадигмальності. У постнекласичній науці відзначено феномен синергетики, яка, долаючи міждисциплінарний рівень, претендує на статус самостійного філософсько-методологічного підходу (В. І. Аршинов, Р. Г. Баранцев, В. В. Василькова, Г. Хакен, Є. І. Ярославцева та ін.). Саме тому застосування синергетичного підходу сприятиме розкриттю як загальних закономірностей соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу, так і конкретних, притаманних сучасному етапу розвитку інформаційного суспільства.

Дисертаційна робота виконувалася в рамках тематики досліджень «Соціально-психологічні механізми формування консолідованої громадської думки щодо освітніх та суспільних реформ» (2013–2015 рр., номер державної реєстрації 0113U002134) та «Організаційні форми та методичні засоби психотехнологічного супроводу освітніх та суспільних реформ» (2016–2018 рр., номер державної реєстрації 0116U003301) лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Тему дисертації затверджено на засіданні Вченої ради Інституту соціальної та політичної психології НАПН України (протокол № 5/14 від 27 березня 2014 року) та узгоджено в бюро

Міжвідомчої ради з координації наукових досліджень у галузі педагогіки і психології в Україні НАПН (протокол № 5 від 27 травня 2014 року).

**Об'єкт дослідження** – інформаційний вплив у процесі соціальної комунікації.

**Предмет дослідження** – соціально-психологічні механізми інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві.

**Метою дослідження** є теоретико-методологічне обґрунтування і визначення в межах синергетичної концепції засад функціонування соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу та напрямів забезпечення інформаційної безпеки постіндустріального суспільства.

Для досягнення цієї мети поставлено такі **основні завдання** дослідження:

1. Запропонувати методологічний та методичний інструментарій дослідження процесів соціальної комунікації в постіндустріальному суспільстві та інтеграції різних підходів до вивчення соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу.

2. Здійснити аналіз і розкрити особливості існуючих підходів до вивчення процесів комунікації, в ході яких відбувається інформаційний вплив і проявляються його механізми.

3. Розробити синергетичну концепцію інформаційного впливу.

4. Побудувати модель соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу в рамках запропонованої концепції.

5. Розкрити способи визначення та показники ефективності інформаційного впливу.

6. Дослідити особливості застосування технологій інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві щодо можливостей просування цілей суб'єкта впливу.

7. Запропонувати основні напрями забезпечення інформаційної безпеки суспільства.

**Теоретична і методологічна основа дослідження.** Методологічну основу дисертаційного дослідження становить синергетика, яка, будучи феноменом постнекласичної науки, перетворюється в наукову методологію, для якої характерним є розгляд природних явищ і процесів на основі принципів самоорганізації складноорганізованих систем. При цьому спираємося на класичні та сучасні праці вітчизняних і зарубіжних вчених: В. І. Аршинова, О. О. Богданова, В. Г. Буданова, І. С. Добронравової, Е. М. Князевої, С. П. Курдюмова, І. Пригожина, І. Стенгерс, Г. Хакена та ін. Оскільки автор розуміє дискурс як продукт соціального і культурного конструювання, в роботі використано основні положення соціального конструктивізму, відбиті в дослідженнях П. Бергера, Т. Лукмана, Ф. Варела, У. Матурані, К. Дж. Джерджена, Дж. Келлі, В. Ф. Петренко, Р. Харрі та ін.

Логіка дослідження зумовлює необхідність аналізу соціального контексту процесів інформаційного впливу, тобто вивчення теорій сучасного суспільства. Вони представлені в працях З. Баумана, Д. Белла, З. Бжезинського, Е. Гідденс, М. Г. Делягіна, В. Л. Іноземцева, М. Кастельса, О. І. Ракитова, Е. Тоффлера, А. Турена, Ф. Вебстера та ін.

Теоретичну основу дослідження становлять принципи дослідження соціальної комунікації, розроблені у працях таких вітчизняних і зарубіжних філософів, соціологів і психологів, як Л. С. Виготський, Ж. Бодрійяр, П. Бурдьє, Н. Луман, С. Московічі, Г. Г. Почепцов, Ю. Габермас, М. Фуко, Р. Харріс, У. Еко та ін. Комунікацію розглянуто не тільки як передавання інформації або обмін нею, а й як процес досягнення мети автора інформації. Таке розуміння комунікації спричиняє до опори на суб'єктний підхід в аналізі процесів соціальної реальності, реалізований у роботах К. А. Абульханової-Славської, Л. І. Анциферової, О. В. Брушлинського, О. Л. Журавльова, В. Є. Лепського, В. О. Татенка та ін.

Ще один блок робіт включає дослідження, в яких безпосередньо проаналізовано різні аспекти інформаційного впливу: основні його види –

пропаганда, маніпуляції, інформаційні війни, що використовують різні інструменти впливу і водночас передбачають різні способи протидії цьому впливу. Це роботи таких авторів, як Т. З. Адам'янц, Г. В. Грачов, ван Т. А. Дейк, Е. Л. Доценко, Т. М. Дрідзе, С. Г. Кара-Мурза, Ю. М. Лотман, М. Л. Макаров, Г. Г. Почепцов та ін.

**Методи дослідження.** Для вирішення поставлених завдань і забезпечення достовірності основних положень і висновків використовувалися наступні теоретичні методи дослідження:

*аксіоматичний*, в основі якого лежить конструювання теорій за допомогою логічного висновку з аксіом, – для створення універсального теоретико-методологічного конструкту, який дає можливість цілісного розуміння механізмів інформаційного впливу; *контекстуальний* – для розширення рамок аналізу інформаційного впливу; *синергетика* як трансдисциплінарний метод, що дозволяє долати парадигмальну множинність існуючих підходів, – для розгляду інформаційного впливу як феномена, що сприяє самоорганізації споживача інформації, групового суб'єкта комунікації, колективного суб'єкта суспільства.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення наукової проблеми функціонування соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу, яке дає можливість інтегрувати різні підходи до вивчення інформаційного впливу у варіант універсального теоретико-методологічного конструкту.

*Уперше:*

– в основу розуміння самоорганізаційних синергетичних процесів покладено принцип конструювання тексту, який автор вибудовує відповідно до власного задуму;

– запропоновано синергетичне розуміння засадничих понять концепції інформаційного впливу, а саме: дискурс визначено як текст життєвого

проекту в тексті життєдіяльності суб'єкта, інформацію – як фрагмент дискурсу суб'єкта впливу, інформаційний вплив – як просування дискурсу суб'єкта впливу;

– розроблено синергетичну концепцію інформаційного впливу, в рамках якої його організовано за принципом тексту, коли інформаційний вплив розгортається в безпосередній вплив інформації, опосередкований вплив автора інформації, індуктивний вплив дискурсу автора інформації, що призводить до активізації процесу самоорганізації споживача інформації, групового суб'єкта комунікації, суспільства в цілому як результату інформаційного впливу;

– сконструйовано синергетичну модель соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу, в якій текстовий принцип організації соціально-психологічних механізмів (інформаційної, соціальної, ментальної природи) набуває втілення у функціонуванні цих механізмів, що представлено в моделі як властивості масштабної інваріантності;

– доведено компліментарність організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу та психологічних механізмів сприйняття інформації: якщо в процесі комунікації суб'єкт інформаційного впливу здійснює складання тексту(ів), то споживач починає сприйняття інформації з деконструкції тексту(ів).

*Поглиблено* науково-теоретичні положення про застосування синергетичного підходу та можливості його використання у соціальній психології щодо дослідження соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві та створення універсального теоретико-методологічного конструкту, який інтегрує різні підходи до вивчення інформаційного впливу.

*Подальший розвиток* отримали уявлення про:

– стратегію інформаційної безпеки суспільства, яка в умовах інформаційної відкритості та конкуренції країн при конструюванні

спільного проекту глобалізації передбачає наявність якісного соціетального дискурсу, що включає забезпечення функціонування життєдіяльності суспільства на належному рівні; управління простором соціальних комунікацій; управління (ре)конструюванням соціетального дискурсу;

– основні напрями забезпечення інформаційної безпеки суспільства, до яких віднесено підтримання технологічної конкурентоспроможності держави, що обумовлено високим рівнем розвитку власної науки, який дає можливість протидіяти інформаційно-технологічним впливам інших країн; здатність суспільства організувати міжнародні об'єднання, що створюють системи колективної безпеки; участь суспільства у конструюванні дискурсу глобалізації в ролі одного з його авторів.

**Практичне значення отриманих результатів.** Розуміння соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу дасть змогу протистояти деструктивним інформаційним впливам і протидіяти політичним маніпулятивним технологіям, а також сприятиме самоорганізаційним процесам суспільства, спрямуванню спільних зусиль його суб'єктів на конструювання соціетального дискурсу. Положення і висновки дисертації доповнять сферу наукового знання про соціально-психологічні механізми інформаційного впливу, розширять основу для подальших теоретичних і практичних розробок цієї проблеми.

Результати дослідження можуть бути використані у розв'язанні низки прикладних завдань в системі соціального управління: у формуванні стратегії розвитку суспільства; в інформаційному супроводі модернізаційних процесів; у конструюванні консолідованої громадської думки з приводу соціальних перетворень. Ці результати можуть бути використані також громадськими і політичними організаціями, ЗМІ, соціальними інститутами в процесі їхньої інформаційної діяльності. Крім того, отримані результати можна використовувати у викладанні курсів

загальної та соціальної психології, соціології, спецкурсів із соціальної комунікації, соціології комунікацій та ін.

Результати дисертаційного дослідження **впроваджено:**

у навчальний процес на психолого-педагогічному факультеті Національного університету «Чернігівський колегіум» ім. Т. Г. Шевченка при викладанні курсів «Соціальна психологія», «Політична психологія», «Психологія масової поведінки» (довідка про впровадження № 50 від 20.12.2017 р.);

в освітній процес Центрального інституту післядипломної педагогічної освіти ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» у процесі підвищення кваліфікації керівних кадрів освіти і практичних психологів системи освіти при проведенні тематичних дискусій та навчальних тренінгів (довідка про впровадження № 19-03/49 від 14.12.2017 р.);

у навчальний процес підготовки студентів історико-юридичного факультету (спеціальність «Політологія» – 052) та факультету соціальної роботи (спеціальність «Психологія» – 053, «Менеджмент» – 073) Ніжинського державного університету ім. М. Гоголя (довідка про впровадження № 05/205 від 22.12.2017 р.);

у навчальний процес підготовки студентів кафедри психології ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» – матеріали монографії використовуються у викладанні дисциплін «Психологія конфлікту», «Соціальна психологія» та «Психологія маніпуляції» студентам, що навчаються за напрямом 053 (6.030120) «Психологія», а також під час написання курсових, бакалаврських, магістерських робіт (довідка про впровадження № 97/13 від 23.01.2018 р.);

у наукову роботу та освітню практику Інституту педагогічної освіти і освіти дорослих НАПН України, зокрема, використовуються у дослідженнях наукових співробітників, розробці навчальних та тренінгових форм роботи для дорослих, у навчальних програмах підготовки здобувачів

вищої освіти, докторів наук у галузі 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 053 «Психологія» та у галузі 01 «Освіта / Педагогіка» за спеціальністю «Освітні, педагогічні науки» (довідка про впровадження № 01-08/36 від 29.01.2018 р.);

у навчальний процес Криворізького державного педагогічного університету при підготовці фахівців з напрямів 053 «Психологія», використовуються викладачами психолого-педагогічного факультету у викладанні таких дисциплін, як «Соціальна психологія», «Основи теоретичної психології», «Активне соціально-психологічне навчання» (довідка про впровадження № 09/1 – 73/3 від 26.02.2018 р.).

**Особистий внесок автора.** Розроблені в дослідженні теоретичні положення належать автору. Дисертація, монографія та інші професійні публікації з цієї проблеми, видані в Україні, написані без співавторів. У наукових роботах, виданих за кордоном, авторство здобувача полягає в теоретичному аналізі проблеми, узагальненні відомих концепцій і експериментальних результатів та їх інтерпретації в синергетичному ракурсі. Всі ідеї світової та вітчизняної психології, на які спирався автор у дослідженні, він використав, посилаючись на першоджерела.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати дослідження узагальнено й висвітлено у доповідях на 33 всеукраїнських, міжнародних та зарубіжних наукових і науково-практичних конференціях, методологічних семінарах, симпозіумах, а саме: на щорічній науковій конференції Інституту соціальної та політичної психології (2013, 2016, 2017); Всеукраїнській науковій конференції «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави» (Київ, 2005, 2008, 2011, 2017); науковій конференції «Курасівські читання – 2007: Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії» (Київ, 2007); Всеросійській науковій ювілейній конференції, присвяченій 120-річчю від дня народження С. Л. Рубінштейна, «Психология человека в современном



мире» (Москва, 2009); Міжнародній науковій конференції «Теория и практика российской политической психологии» (Санкт-Петербург, 2009); VI Харківських міжнародних психологічних читаннях «Психологія в суспільстві, що трансформується», присвячених пам'яті А. Н. Лактіонова (Харків, 2010); Міжнародній науково-методичній конференції «Интегративная психология: теория и практика» (Ярославль, 2010); Першому Всеукраїнському конгресі із соціальної психології «Соціально-психологічна наука третього тисячоліття: досвід, виклики, перспективи» (Київ, 2010); Всеукраїнській науковій конференції «Сіверянські соціально-психологічні читання» (Чернігів, 2011, 2012, 2014); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Соціально-психологічні проблеми цілісності українського суспільства» (Черкаси, 2012); інтернет-конференції «Современная Россия и мир: альтернативы развития (Информационные войны в международных отношениях)» (Барнаул, 2012); методологічному семінарі НАПН України «Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив» (Київ, 2013); XXIV Заочній міжнародній науково-практичній конференції «Инновации в науке» (Новосибірськ, 2013); Міжнародному науковому симпозіумі «Рефлексивные процессы и управление» (Москва, 2013, 2015, 2017); Міжнародній науково-практичній конференції «Личность в изменяющихся социальных условиях» (Красноярськ, 2013); Міжнародній науково-практичній конференції «Коммуникативные платформы для социальных и медийных инноваций» (Москва, 2014); Міжнародній науково-практичній конференції «Развитие современной цивилизации: ответы на вызовы времени» (Корольов, 2015); Міжнародній теоретико-методологічній конференції «Социология жизни: теоретические основания и социальные практики» (Москва, 2016); Міжнародній науковій конференції «Общественное мнение и принятие политических решений на местном и глобальном уровнях: возможности и ограничения» (Москва, 2016); VIII Міжнародній конференції «Советский

дискурс в современной культуре: постколониальный аспект проблемы» (Москва, 2016); Всероссийській науковій конференції «Ковалевские чтения» (Санкт-Петербург, 2016, 2017); П'ятій міжнародній науково-практичній конференції «Философия и культура информационного общества» (Санкт-Петербург, 2017); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Психолого-педагогічне забезпечення громадської підтримки освітніх інновацій» (Київ, 2017).

**Публікації.** Основні положення і висновки дисертації представлено в 47 публікаціях автора: одній монографії; 21 статті у наукових фахових виданнях, що входять до списку МОН України; 6 статтях у наукових періодичних виданнях інших держав, що входять до міжнародних наукометричних баз даних; у 19 статтях і тезах в інших наукових виданнях.

**Структура і обсяг роботи.** Дисертація складається зі вступу, шести розділів, висновків, списку використаних джерел із 469 найменувань (із них 13 – іноземною мовою). Загальний обсяг роботи – 400 сторінок, основний зміст роботи викладено на 351 сторінці. Дисертація містить 2 таблиці та 16 рисунків, які займають 10 сторінок.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

*Задається дослідний інструмент пізнання процесів соціального світу – синергетичний підхід, який залежно від поставлених задач і ракурсу аналізу може проявлятися як загальнонаукова методологія, міждисциплінарний підхід, метод дослідження у конкретній області.*

#### **1.1. Основні аспекти функціонування постіндустріального суспільства**

Ми живемо у світі, що передбачає неминучу взаємодію з ним. Будь-яка система має довколишнє середовище, і розгляд відкритої системи передбачає врахування стану середовища, у котре занурена система [Пригожин, 2001]. Дослідник для побудови теоретичної моделі системи реконструює контекст функціонування цієї системи. Це твердження можна застосувати і в психології, коли всі психологічні теорії мають явну чи імпліцитну передумовну основу, сформовану загальними уявленнями про природу суспільства [Юревич, 2006].

Відповідно до типів наукової раціональності (класичної, некласичної, постнекласичної) [Степин, 2000] умовно виокремимо наступні підходи, що відрізняються чутливістю оптики розгляду суспільства як цілісності: класичний, структурний, конструктивістський.

У рамках класичного підходу суспільство розглядається як цілісність, і аналіз процесів, що відбуваються, здійснюється по відношенню до соціуму

як до єдиного цілісного соціального організму. У такому суспільстві у ролі єдиного суб'єкта управління зазвичай виступає держава як інституціональна структура (роль якої може виконувати монарх, вождь), котра здійснює управління життєдіяльністю суспільства.

Соціологи аналізують суспільство як безліч соціальних груп (і/чи суб'єктів), об'єднаних в одне ціле (систему чи зі зростанням складності в «систему систем») [Луман, 2004; Хабермас, 2003]. Суспільство перебуває у стані динамічної рівноваги, при якій взаємодії суб'єктів відтворюють його структуру. У суспільстві, організованому як система, суб'єктом, що керує життєдіяльністю суспільства, є груповий (системний) суб'єкт, до складу якого входить держава та інші впливові політичні структури (партії, фінансово-промислові групи та ін.). Держава задає контекст функціонування суспільства, його імпліцитний порядок, виконуючи функцію узгодження інтересів впливових політичних суб'єктів. Соціальне управління, окрім забезпечення функціонування життєдіяльності суспільства, включає і організацію комунікацій групового суб'єкта.

У рамках конструктивістського підходу суспільство розглядається як «уявна спільнота» [Андерсон, 2001], як текст, що (ре)конструюється, (у якого є автор зі своїм задумом), як спільний текст поколінь (спільнота в часі) [Плющ, 2014с]. Суспільство відтворює своє призначення в часі, слідуючи історичному задуму, шляхом безперервного оновлення (перетворення) тексту життєдіяльності, колективного автора, моделі самоорганізації (соціокультурного проекту суспільства). Ці моделі самоорганізації спираються на різні парадигми управління (суб'єкт-об'єкту, суб'єкт-суб'єкту, метасуб'єкта), що обумовлюють склад осіб, котрі приймають рішення, і ступінь їхньої участі [Лепский, 2015]. У суспільстві, розглянутому як текст, для кожного індивідуального суб'єкта існує можливість брати участь у конструюванні тексту соціального проекту. Відбувається перехід від системи відтворення соціального на рівні

соціальних дій і взаємодій суб'єктів до рівня відтворення уявлень (систем знань) про суспільство, які конструюються за знаків, сенсів, цілей суб'єктів як опосередковуючих соціальні взаємодії суб'єктів.

У житті сучасного суспільства світ символічних артефактів став відігравати першочергову роль. Інформація, як дедалі більше зростаючий обсяг відомостей про довколишній світ, суспільство і людину, перетворюється на ресурс, за допомогою якого відкривається можливість безмежного продукування нових символів, знаків, значень і смислів, з яких, власне, і конструюється індивідуумами сама соціальна реальність як інформаційно–комунікативний простір. Знання і інформація, можливість маніпуляції ними стають вирішальними в управлінні сучасним суспільством, витісняючи на другий план економічний і політичний детермінізм індустріального суспільства. Характерно, що саме в сфері інформаційних технологій розгортається найбільш активна боротьба за право керувати «культурними інтересами» людства, яка стає такою же напруженою і гострою, як і боротьба за території і ринки збуту в рамках індустріальної культури [Костина, 2009].

Людство на рубежі ХХ – ХХІ століть перейшло на нову стадію свого розвитку, для означення якої використовують цілий ряд визначень, основні з яких «постіндустріальне суспільство», «інформаційне суспільство», «суспільство знання», «комунікативне суспільство», «програмоване суспільство» [Белл, 2004; Бехманн, 2010; Иноземцев, 2000; Кастельс, 2000; Тоффлер, 2004; Турен, 1986; Хабермас, 2003 и др.]. Кожен з цих термінів описує лише один з аспектів суспільства, що приходить замість індустріального суспільства, але всі вони фіксують прийдешній перехід людства до суспільства, в якому кардинальні суспільні зміни пов'язані з інформаційними і комунікаційними технологіями. Це зумовлено тим, що інформаційне суспільство надає технологічні можливості для того, щоб

кожен індивідуальний суб'єкт міг брати участь у конструюванні тексту соціального проекту суспільства.

Зміни сучасного світу у першу чергу пов'язані з процесами глобалізації, формування постіндустріального суспільства, збільшенням ролі «прихованих» суб'єктів соціального управління. В умовах глобалізації для багатьох громадян відходять на другий план базові цінності попереднього етапу розвитку суспільств – побудова успішно функціонуючої суверенної держави, що забезпечує якісні умови життєдіяльності. На перший план виходять можливості самореалізації індивідуумів у рамках єдиної світової спільноти, коли роль держави зводиться до організації входження в число країн, включених у процеси глобалізації. Сила держави проявляється у створенні привабливих образів майбутнього, що надає можливості залучення, утримання і конструювання соціального капіталу на своїй території, формуючи нову конфігурацію економічних, політичних і культурних факторів розвитку. Виробництво знаків і знакових систем, що виражають смисли і задають цілі життєдіяльності, стає провідним сектором інноваційної економіки і політики, дозволяючи керувати масовою поведінкою індивідуальних суб'єктів.

Сучасне суспільство характеризується небувалим до цього рівнем опосередкування досвіду людей засобами масової комунікації, коли складні побудови віртуальної (інформаційної) реальності домінують над суб'єктивними знаннями і безпосередніми враженнями зустрічей з дійсністю [Бодрийяр, 2006; Черных, 2007]. В аграрному суспільстві основу знань складав досвід взаємодій людини з природою, в індустріальному – досвід безпосередньої взаємодії з людьми (обмін знаннями, у тому числі в рамках соціальних інститутів). В інформаційному суспільстві система знань окремого індивіда формується на основі вільного доступу до інформації, що маскує опосередковану комунікацію суб'єктів. На думку окремих дослідників, картина світу сучасної людини складається зі знань, набутих за

допомогою власного досвіду, лише на 10–15 % [Костина, 2011]. Для успішної соціальної і інформаційної адаптації в якісно нових умовах суб'єкт нової культури змушений постійно оновлювати свою власну «базу даних». Основним каналом отримання інформації, способом залучення до світу, посередником у формуванні культури є саме засоби масової комунікації, що створюють особливу інформаційну сферу, як принципово нове середовище перебування сучасної людини [Костина, 2009]. З каналу отримання інформації і інструменту комунікації засоби масової комунікації (зокрема, інтернет) трансформуються в одну з основних сфер життєдіяльності. Дедалі більше часу індивідуальні суб'єкти проводять у віртуальному (символічному) просторі, замінюючи реальні контакти опосередкованими.

І якщо в часи традиційного суспільства всі комунікаційні системи розглядались, перш за все, як джерело інформації про справжню реальність, у часи модерну – множинну реальність, то в епоху постмодерну саме мас-медіа здійснюють симуляцію реальності, характеризуючи сучасну культуру у цілому [Бодрийяр, 2006; Бауман, 2008]. Використовуючи сучасні засоби комунікації, суб'єкт занурюється в особливу семіотичну сферу, яка виступає по відношенню до реальності перебування в якості віртуальної реальності, подієвість при цьому «реалізується виключно в акті семіозису і має виключно перцептивно-символічну форму» [Костина, 2009]. Подібна тотальна семіотизація буття і прагнення знакової сфери до набуття статусу єдиної реальності виступають як принципова неспіввідносність означаючого з реальністю, імітація, «симуляція» справжності [Барт, 1994; Бауман, 2008; Бодрийяр, 2013]. Розгляд інформації як суто технічного засобу, схильного до технологічних маніпуляцій, призводить до обернено пропорційної залежності між збільшенням інформації і можливістю її розуміння. У зв'язку з тим, що в суспільстві існує налаштованість на постійне споживання інформації, виникає спокуса управління процесами

конструювання віртуальної реальності шляхом контролю інформаційних потоків.

Постіндустріальне суспільство передбачає нові форми соціалізації, що ґрунтуються на вільному доступі до інформації, нерегламентованих способах її обробки і соціального використання. Це суспільство надає можливості необмежених комунікацій, дозволяючи кожній людині за допомогою простих у використанні приладів поширювати одночасно свої ідеї серед багатомільйонної аудиторії, що може стати засобом організації суспільного життя і активної участі у ньому всіх громадян. Інформаційний простір, зокрема інтернет, стає не лише засобом отримання інформації, інструментом комунікації, але і місцем життєдіяльності індивідуальних суб'єктів. Для багатьох з них ця сфера життєдіяльності починає переважати інші (дім, родина, робота) по значимості і по кількості часу перебування у ній. Враховуючи, що символічні простори культури безперервно оновлюються у порівнянні з інерційнішим матеріальним світом, саме контроль над інформаційним простором дозволяє здійснювати соціальне управління [Буданов, 2011].

Постіндустріальне суспільство, здобувши небачені досі свободу і динамізм розвитку, здобуло і нову ступінь вразливості перед деструктивними факторами і різними соціальними девіаціями. У повсякденному житті суспільства виникають досить потужні, цілком забезпечені технічно можливості маніпулювання людиною за допомогою інформаційних технологій. Перехід до інформаційного суспільства супроводжується діяльністю політичних суб'єктів зі «спокушання» суспільства, коли жорсткі форми сучасних стратегій впливу на свідомість змінюються м'якими, а управління зводиться до спокуси [Кара-Мурза, 2000; Костина, 2009; Най, 2006]. У суспільстві, в якому використання інформації стає одним з основних факторів соціальних трансформацій, маси виступають не як «керовані», а як «контрольовані», як такі, що втратили



здатність навіть відчувати факт маніпулювання [Костина, 2009; Бодрийяр, 2000]. І влада, і суспільство стають заручниками сформованої суспільної думки, представленої в інформаційному просторі [Плющ, 2013с].

Постіндустріальне суспільство характеризується небаченим ускладненням соціальної організації, інтенсифікацією культурних зв'язків і обмінів, ростом культурного різноманіття, відходом від уніфікації і стандартизації. Новий тип культури передбачає серйозні соціокультурні зміни і, перш за все, нові принципи взаємодії людей і їхньої організації (заміну форм спілкування на прийом і передачу інформації, відсутність ієрархічної співпідпорядкованості елементів соціальної системи, широкий розвиток горизонтальних зв'язків, «розмиті» соціальні структури і т.д.) [Астафьева ...]. Децентралізація суспільств обумовлює полісуб'єктність і безліч потенційних джерел інформації, діяльність котрих веде, з одного боку, до надлишку інформації (більша частина масиву даних у багатьох джерелах дублюється), з другої – до її фрагментарності (обмежившись частиною джерел, ви можете упустити важливі деталі). Споживаючи інформацію, яка є частиною інформаційного простору, індивідуальні суб'єкти конструюють свій інформаційний простір згідно власного смаку і умов, що склалися у суспільстві. Реконструкція картини світу на основі використаної інформації спирається на особистісний потенціал індивідуального суб'єкта. Зіштовхуючись з інформаційними інтерпретаціями подій, що відбуваються, ми маємо справу не з об'єктивним описом дійсності, а з варіантами її суб'єктивної інтерпретації. Чи може суб'єкт, котрий вихоплює фрагмент інформаційного простору, який складають тексти чисельних суб'єктів, володіючи недосконалим, суб'єктивним інструментом, конструювати адекватну картину світу, яку б приймали інші суб'єкти?

Ключовою передумовою соціального конструктивізму є твердження, що реальність є соціально обумовленою, наші способи розуміння світу

створені і підтримуються соціальними процесами [Бергер, Лукман, 1995; Джерджен, 2003]. Мова, якою користується суб'єкт для побудови власної картини світу, способи її опису являються інструментами соціуму, засвоєними суб'єктами у ході соціалізації. Для індивідуального суб'єкта існують конкретні групові суб'єкти в рамках існуючого соціального контексту, що задають визначення реальності. У зв'язку з цим ментальні репрезентації суб'єктів будуть обумовлені соціальним контекстом, який реконструюється на основі імпліцитної ідентичності суб'єкта.

Інформаційний простір конструюється суспільством, відповідно, суспільство задає і організацію форм взаємодії суб'єктів соціуму з інформацією. Суспільство складають суб'єкти, чия спільна життєдіяльність дозволяє дотримуватися спільної метамоделі дійсності, скоректованої у ході комунікацій. Суб'єктивізм в описі світу призводить до існування безлічі моделей світу, що передбачає розвинену систему комунікацій у суспільстві, котра дозволяє верифікувати інтегративну метамоделю світу, що змінюється. В умовах різноманіття джерел інформації, що пропонують чисельні версії реальності, виникає ситуація невизначеності, що передбачає поєднання окремих варіацій у деякій загальній картині дійсності [Плющ, 2007d]. Це призводить до узгодженої взаємодії індивідуальних суб'єктів, результатом якої являється сконструйована ними складноорганізована модель дійсності (соціетальний дискурс), що відтворюється на основі процесів самоорганізації суспільства. У процесі життєдіяльності індивідуальний суб'єкт цю модель засвоює, відтворює і вносить у неї корективи.

Постіндустріальне суспільство характеризується більшим об'ємом інформації, наявністю безлічі її авторів, що мають різні цілі, принципово неповнотою будь-якого опису дійсності, які призводять до того, що споживач інформації орієнтується на окремі фрагменти трансльованої соціумом картини світу. Ускладнення форм соціальної організації в умовах культурного різноманіття передбачає збільшення числа суб'єктів, що беруть

участь в конструюванні спільної метамоделі дійсності. Сучасні інформаційні технології, які спростили комунікації, надають можливість індивідуальним суб'єктам транслювати свої тексти в інформаційний простір соціуму, беручи участь у конструюванні соціетального дискурсу. Розуміння інформаційної взаємодії як спільного конструювання індивідуальними суб'єктами соціетального дискурсу дозволяє використовувати синергетичний підхід при вивченні процесів інформаційного впливу. Саме цей підхід характеризується тим, що орієнтує дослідника при аналізі цілого вивчати узгоджену взаємодію частин, що утворюють складноорганізовану цілісність, яка функціонує на основі процесів самоорганізації [Аршинов, 1999; Князева, Курдюмов 1994; Хакен 1985].

## **1.2. Синергетична парадигма: принципи нового світобачення соціальних процесів**

### ***Синергетика як тринітарна методологія пізнання***

Синергетика займається вивченням природних явищ і процесів на основі принципів самоорганізації складноорганізованих систем [Аршинов, 1999; Буданов, 2011; Методологические основы ..., 2010]. Синергетика виникла як окремий напрям у науці в 70-х роках минулого століття, швидко отримала визнання як міждисциплінарний підхід, так як принципи, що лежать в основі процесів самоорганізації, ті самі безвідносно природи систем [Буданов, 2006]. Сьогодні проводяться безліч досліджень у різних областях науки, які використовують синергетичну термінологію чи спираються на синергетичні положення. Це призводить до того, що синергетика, долаючи міждисциплінарний статус, перетворюється на носія нової парадигми [Баранцев, 2005; Князева, Курдюмов, 2005; Методологические основы ..., 2010]. Тим самим, як феномен постнекласичної науки, вона перетворюється на філософську методологію,

яка відкриває нові перспективи у вивченні стосунків людини зі світом, що змінюється [Аршинов, 1999; Баранцев, 2003; Ярославцева, 2007].

У загальному виді методологію можна представити як рефлексію мови науки для вираження процесів і результатів наукової діяльності [Василюк и др., 2012; Спиркин та ін., 1989]. Дослідник, задаючи методологічні основи області знань, яка вивчається, у неявній формі відтворює свою теорію пізнання, своє розуміння світобудови (властиву йому імпліцитну теорію) [Юревич, 2006]. Засвоєння теоретичної моделі суб'єкта передбачає попереднє розуміння його організації мислення, в якій у згорнутій формі існують вихідні форми зв'язків і функцій об'єктів світу. Тому, говорячи про методологію будь-якої науки, в першу чергу треба розуміти методологію теорії пізнання дослідника, яка, вже в свою чергу, проявляється у наборі методологічних принципів конкретної області знань [Мазиллов, 2003; Спиркин та ін., 1989]. Мова йде не стільки про формулювання методологічних принципів психології [Веракса, 2008; Корнилова, Смирнов, 2006; Мазиллов, 2003], скільки про задавання «принципів про методологічні принципи». Символічні системи (наукові теорії) як інструменти пізнання і комунікації можуть здійснювати свою структуруючу владу лише тому, що вони структуровані. У зв'язку з цим передбачається «пізнання пізнання», коли неочевидні дослідницькі допущення будуть спеціально означені и описані [Аршинов, 2011; Квале, 2003].

Узагальнюючи спостереження, вивчення і розуміння світу, неминуче доводиться ставити питання про вихідні начала (глибинні основи, основні принципи) будови світу, яких може бути одне, два чи більше [Баранцев, 2005; Петровский, Ярошевский, 1998]. Можна виділити наступні основні підходи – монізм, дуалізм, тринітаризм, що відповідають різним типам світогляду: дзеркальному, лінзовому, лазерному (чи голографічному) [Аршинов, 1999].

Монізм як вчення про всеєдність базується на вірі в одне єдине, котре лежить в основі всього сущого, будь то «дух» чи «матерія», і виводячи одне з другого. Завуальованою формою монізму в психології є вказівки на єдине джерело причинності, в якості котрого можуть розглядатися а) суб'єкт, б) довкілля, в) соціальна група. Перехідною формою до дуалізму виступає розгляд систем як «органоцентричних», «енвайроцентричних» чи «соціоцентричних», коли окремі компоненти системи містять у собі потенціал, який забезпечує перехід системи на інший рівень організації [Смит, 2003].

Існує чисельне різноманіття форм дуалізму, коли цілісність складають субстанції різної природи. Наприклад, дуалізм внутрішнього і зовнішнього світів проявляється в дуалістичному трактуванні розуміння психіки – «душа – тіло», яка представляє собою специфічну форму психофізичного дуалізму, де корінь «психо-» означає дещо, позбавлене фізичних якостей і трансцендентне по відношенню до фізичного. У свою чергу, «фізичний» відноситься до того, що існує виключно в просторі і часі (знову ж дуалізм) [Смит, 2003].

Тринітарне бачення світу передбачає, що триєдність первинна и першопочаткова, при цьому кожен елемент цілого є і ціле, і частина цілого одночасно: якщо сутності складають разом триєдність, вони нероздільні і існують одне в одному (наприклад, тривимірний простір). Стверджується, що тривимірність оптимальна, тому що за меншої розмірності не можуть виникати складні структури, а за більшої – такі структури втрачають стійкість [Баранцев, 2005]. Тому тринітарні структури необхідні і достатні для конструювання теоретичних моделей [Баранцев, 2005; Петровский, Ярошевский, 1998]. В основі синергетичного світогляду лежить тринітарне розуміння організації універсуму (наприклад, суб'єкт, простір, час [Титаренко, 2010] чи матерія, людство, розум [Майнцер, 2009]) як триєдності філософських категорій – форми, змісту, сутності.

Тринітарна організація цілісного фрагмента дійсності передбачає подібну організацію його частин, коли кожна частину також можна представити у вигляді троїчної структури (у подібній організації цілого закладено голографічний принцип, коли кожен елемент несе інформацію про ціле). У зв'язку з тим, що інтелектуальні ресурси дослідника скінченні, на якомусь рівні розгортання моделі подальша деталізація завершується (кінцева рекурсія). Прикладом останньої ланки такої моделі може слугувати деякий об'єкт у тривимірному просторі, де кожна вісь представляє одне з начал, площини дозволяють побачити його двовимірні проекції, а сам об'єкт може бути заданий в тривимірній системі координат. Тобто тринітарне розуміння світу від самого початку включає в себе і моністичний, і дуалістичний підходи, будучи за своєю природою спільним, у буквальному сенсі слова – синергетичним. Основна складність конструювання тринітарної моделі полягає в тому, що не існує одиничного розпаду простору (організації будови кінцевого елемента), він може задаватись чисельними наборами координатних осей простору. Разом з тим подібна множинність дозволяє узгоджувати організацію різних частин уже в рамках логіки організації цілісного об'єкта. Пластичність організації елементів (можливість зміни їх просторової системи координат) дає можливість конструювати складноорганізовані структури, які зберігають подобу організації на всіх рівнях свого функціонування.

Процес пізнання розглянемо як цілісність, що має потрійну природу, коли існує суб'єкт пізнання, який конструює теоретичну модель фрагмента дійсності. У якості методологічних «принципів про принципи», притаманних синергетичному розумінню процесу пізнання, виокремимо цілісність (дійсності), суб'єктивність (автора), комунікативність (як спосіб конструювання моделі, що забезпечує охоплення різносторонніх версій дійсності) [Плющ, 2014b].

Будь-яка модель може бути одночасно і простою, і складною залежно від рівня деталізації її розгляду. Усяка складна структура чи система взаємодіють з довколишнім середовищем (полем) і, трансформуючись у процесі цієї взаємодії, зберігає ті деякі основні параметри (інваріанти), котрі дозволяють вважати її саме даною системою [Басин, 2013]. Цю властивість системи зазвичай називають цілісністю. Питання про цілісність – це перетворені філософське питання про єдність світу, яке задає вихідну позицію для дослідників [Ярославцева, 2007]. Виділяють три типи цілісності залежно від складності організації системи: синкретична, системна, фрактальна.

Елементарна, або синкретична, цілісність зазвичай аналізується ізольовано від довколишнього середовища і задається набором елементів, які характеризують цілісність. Припускається, що її будова (до певного ступеню) стійка до впливів ззовні і що існує єдиний спосіб з'єднання елементів, при руйнуванні котрого цілісність втрачає свою природу. Прикладом синкретичної організації цілісності служать прості механізми, які функціонують в достатньо однорідному середовищі, впливом якого на організацію цілісності можна знехтувати.

Системна цілісність характеризується наявністю динамічної і рухомої структури, завдяки якій елементи системи об'єднуються у зв'язне ціле. У теорії систем основоположними ознаками будь-якої системи є об'єктність (наявність об'єктів, сутностей, елементів), структура (мережа відносин чи зв'язків між елементами) і цілісність (яка забезпечує функціонування системи як єдності, в якому ціле залежить від елементів, а елементи – від цілого) [Кузьмін, 1980]. До дослідження складних систем у рамках сучасних розробок системного підходу застосовується холічний підхід, коли значення цілого має пріоритет по відношенню до елементів, що складають ціле. Система аналізується не як множина, що складається з фіксованих елементарних одиниць, а як цілісний об'єкт, який допускає різні способи

конструювання. При цьому властивості системи обумовлені топологічно цілісними, глобальними характеристиками зовнішньої для них, не зайнятої ними частини простору, взаємодія з якою здійснює вплив на організацію системи [Философские ..., 1995]. Конструктивним аналогом системної цілісності може слугувати клітинна організація біологічних організмів, коли вони або складаються із безлічі клітин, або є одноклітинними організмами. При цьому клітина є цілісною системою, що містить велику кількість поєднаних одне з одним елементів, а багатоклітинні організми являють собою нові системи з великої кількості клітин.

Фрактальна цілісність, яка функціонує не в постійному і незмінному середовищі, а в рухомій і текучій субстанції, що перетворюється в часі, задається концепцією (рекурсивною формулою), структурою і елементами. Щоб у змінному середовищі залишатись самим собою, доводиться постійно змінюватись. У цьому випадку система, що трансформується у нових умовах, буде мати вигляд самоподібної конструкції, яка у змінному середовищі зберігає свою концепцію (свій паттерн). При цьому концепція цілісності визначається функцією цілісності в метасистемі, тобто фрактальна цілісність є невід'ємною частиною середовища. Фрактальна цілісність має релятивістську природу, кожен раз в нових умовах вона народжується заново (на зразок птахи Фенікс), відтворює себе на новому витку функціонування: концепція цілісності залишається, але її структура і елементи змінюються залежно від етапу розвитку («безкінечне різноманіття у безкінечному повторенні»). Відбувається реалізація «самості», закладеної з самого початку, яка в процесі взаємодії зі світом теж може трансформуватись. У локалізованому моменті часу можна виявити концепцію системи, певну структуру и елементи, які на наступному етапі функціонування можуть цілком змінитись. Це нагадує принцип дії калейдоскопа, у якого елементи ті самі, але кожен поворот змінює їхній



порядок розташування і веде до появи нового візерунку (при незмінній системі дзеркал).

Прикладом цілісності, яка має фрактальну організацію, може слугувати текст, задум якого виражено за допомогою сукупності елементів, об'єднаних у змістовно-сміслову структуру. Для донесення ідеї використовують різні способи і засоби вираження залежно від ситуації комунікації, хід якої, у свою чергу, може спонукати автора до трансформації існуючої ідеї. Разом з тим можна запропонувати інше трактування тернарної організації тексту: існує автор, який конструює текст відповідно до своєї ідеї. Основною перевагою такого тлумачення є явне завдання суб'єкта, яке дозволяє переходити до побудови соціальних моделей. Усвідомлення текстуальної природи соціального світу [Деррида, 2012; Дридзе, 1996; Рікер, 1995] дозволяє конструювати синергетичні моделі соціальних явищ відповідно до принципів організації тексту.

Наростання складності організації цілісності відбувається разом зі збільшенням глибинних основ природи цілісності. Механічні моделі цілісного фрагмента світу задаються набором елементів, єдино «правильним» способом їх з'єднання, незмінною функцією цілісності при цьому передбачається ізольований від середовища розгляд цього фрагмента. Системні моделі визначаються елементами і структурою, специфіка яких обумовлена особливостями взаємодії цілісності з середовищем. Функція системи визначається дослідником, котрий задає параметри ситуації взаємодії. Фрактальні моделі мають тринітарну організацію: елементи, структура, концепція. При цьому модельований фрагмент світу є частиною змінного середовища, виконуючи в ньому певну функцію, яка може трансформуватись у часі. Трансформація концепції здійснюється автором тексту фрактальної цілісності. Тринітарне розуміння цілісності має синергетичну природу у зв'язку з тим, що має на увазі спільний аналіз цілісного фрагмента світу, оточуючого його середовища, частиною якого він

є, і суб'єктного начала, що реконструює функцію цілісності у заданих умовах.

Проява «суб'єкта» у теоретичній моделі зумовлена складністю конструйованої дослідником моделі. У спеціалізованій літературі виділяють три типи раціонального наукового пізнання, котрі взаємодоповнюють одне одного [Степин, 2000]. Класичний підхід передбачає елімінацію з процедур пояснення всього того, що не стосується об'єкта вивчення, тобто середовище його перебування виноситься за рамки аналізу. Конструювання класичних моделей передбачає, що вчений є зовнішнім спостерігачем, вивчає свій об'єкт ззовні і в рамках цілісного синкретичного мислення володіє абсолютним «об'єктивним» знанням.

Некласичний підхід характеризується співвіднесенням характеристик об'єкта і середовища, в якому він функціонує, і неявно припускається їх автономне існування. В системних моделях синкретичне сприйняття природи об'єкта, що вивчається, змінюється його диференційованим розглядом у різноманітних ситуаціях, що ведуть до розуміння існування різних внутрішніх структур, котрі детермінують функціонування об'єкта. Дослідник системи може знаходитись в двох позиціях, задаючи кардинально відмінні підходи її вивчення: позиція зовнішнього спостерігача, яка передбачає можливість обирати різний ракурс вивчення системного об'єкта в навколишньому світі, і позиція внутрішнього спостерігача, в якій він може бачити моменти внутрішньої організації системи, приховані від нього як від зовнішнього спостерігача. Зазначимо додатковість цих підходів, оскільки отримані описи не зводяться одне з одним. Можливість різного комбінування цих точок зору призводить до відносності «об'єктивного» знання, пропонованого в форматі системних моделей.

У рамках постнекласичного підходу, де використовують фрактальні моделі, будь-який об'єкт розглядається лише разом з фрагментом середовища його перебування, зміни якого можуть спричиняти зміни

функцій об'єкта. Опис системи, яка має фрактальну модель організації, передбачає наявність у дослідника, окрім позицій спостерігачів (зовнішнього і внутрішнього), погляду, збіжного з точкою зору творця (конструктора), що задає (визначає) концепцію самоорганізації фрактала (функцію об'єкта в метасистемі). Одночасна наявність трьох позицій дозволяє описати форму, зміст, сутність об'єкта вивчення, створюючи тим самим триєдину логіку цілого. Дослідник стає частиною описуваного (модельованого) фрагмента світу і неминуче суб'єктивний у своїх трактуваннях подій, що відбуваються, і спричинених ними переживань, від яких він не в стані відокремитись. Імплицитне позиціонування автора у фрагменті світу, що вивчається, обумовлює вибір типу цілісності теоретичної моделі.

Визнаючи суб'єктивність конструйованої моделі, одночасно констатуємо неповноту заданого нею опису фрагмента світу (неможливість охоплення одним суб'єктом всього простору можливих позицій). Це веде до комунікацій, до зв'язків з іншими суб'єктами, і, як наслідок, має на увазі конструювання нової організації цілісної моделі фрагмента світу, де цілісність постає у вигляді єдиного потенційного семантичного простору, складеного спільними діями суб'єктів. У постнекласичній науці егоцентризм наукових парадигм змінюється установкою на комунікативність, яка веде до того, що процес пізнання розгортається і як комунікація [Хабермас, 2003]. Так створюються теорії, що поступово стають складнішими, завершеність яких у змінному світі відносна [Бодров та ін., 2001].

Суб'єктивність моделювання призводить до того, що питання про істинність моделі (іншими словами, про відповідність моделі оригіналу) є не зовсім коректним. Будь-яка модель є неповною і, в кращому разі, можна говорити про точність прогнозування на локальній ділянці, обмеженій часом, простором і складністю моделі. Враховуючи, що внутрішній світ

свідомості може представлятись продуктом міжсуб'єктної взаємодії [Выготский, 2005], суб'єктивність, як накладене обмеження при конструюванні теоретичної моделі, долається у ході комунікацій з іншими суб'єктами, що розгортаються у просторі і часі. Визнання комунікативності пізнання передбачає переоцінку природи цілісності теоретичної моделі знання: розуміння непереборної множинності точок зору авторів передбачає стосунки взаємодії між авторами і додатковості їхніх теорій. Повне (чи справжнє) знання про світ виступає як сукупність конвенціональних дискурсів, а об'єктивність у даному контексті трактується як інтелектуальна згода, суміщення кількох точок зору у процесі взаємодії [Дудина, 1999]. Розуміння природи явищ проявляє себе у здатності суб'єкта пізнання зануритись у моделі інших авторів, зрозуміти і сумістити їх елементи, структуру, концепцію з власною моделлю.

Від особливостей комунікації дослідників залежить якість інтегративної моделі, обумовлене парадигмою їхньої комунікації. У рамках суб'єкт-об'єктної парадигми комунікації ця модель конструюється одним суб'єктом, який може включати фрагменти моделей інших учасників комунікації відповідно до власного розуміння. При використанні суб'єкт-суб'єктної парадигми комунікації автором спільної моделі є груповий суб'єкт, складений з дослідників. Соціальна структура групи буде зумовлювати «вагу» компонентів моделі кожного суб'єкта в спільній моделі. Опора на парадигму колективного суб'єкта означає конструювання інтегративної моделі груповими суб'єктами, до складу яких входять індивідуальні суб'єкти. Як співавтор цієї моделі дослідник є частиною колективного суб'єкта науки.

Використання дослідником розглянутих парадигм комунікації виражає можливі етапи (і способи) самоорганізації його теоретичних конструкцій [Лепский, 2015; Плющ, 2008]. Він, спираючись на сформовану систему знань, може розуміти моделі інших суб'єктів і добудовувати

власну, використовуючи конструкції інших авторів. Це веде до послідовного розширення сфери її застосування і часових перспектив використання. У рамках суб'єкт-об'єктної парадигми комунікації модель теорії пізнання будує суб'єкт, який орієнтується на власний життєвий досвід. У рамках суб'єкт-суб'єктної парадигми конструювання теорії опирається на можливість засвоєння моделі іншого суб'єкта в процесі спільної групової діяльності. У рамках парадигми колективного суб'єкта побудова теорії індивідуальним суб'єктом, який входить до складу групових суб'єктів, пов'язана з можливістю оцінити своє місце в історії (цього колективного суб'єкта), з наявністю потенціалу, що дозволяє сформуванню власну концепцію, яка слугує продовженням концепцій групових суб'єктів, які створюють інтегративне знання колективного суб'єкта у ході наукових комунікацій. Комунікативність дозволяє підійматись до складноорганізованої цілісності теорії пізнання, коли суб'єктивність автора моделі долається його здатністю розуміти моделі інших авторів і використовувати їх для побудови спільної теорії. Єдиність позиції одного автора доповнюється безліччю можливих позицій як в ситуативному соціальному контексті (у просторі), так і в історичній перспективі (у часі).

Викладені принципи побудови теорії пізнання (цілісність, суб'єктивність, комунікативність), що підіймаються до тринітарного розуміння будови універсуму, передбачають синергетичний характер свого функціонування. Нагадаємо, що буквально прочитання терміну «синергетика» (з грец. «син» — «спів-», «спільно» і «ергос» — «дія») акцентує увагу на узгодженості взаємодії частин при утворенні єдиного цілого. Розуміння фрактальної організації цілісності веде не лише до аналізу ізольованого об'єкта чи врахуванню контексту, що мається на увазі, але і до розгляду об'єкта вивчення як складової частини метасистеми, тобто до їх *спільного* аналізу. Суб'єктивний опис системи з фрактальною організацією передбачає, що позиції дослідника в модельованому фрагменті світу

зумовлюють вибір типу цілісності теоретичної моделі, тобто передбачається *спільний* розгляд дослідника і світу, частиною якого він є. Комунікативний, повніший опис моделі має на увазі її *спільне* конструювання різними суб'єктами, при цьому зміни, які відбуваються у світі, що його розглядають, можуть спричинити переформатування всієї організації теорії пізнання. У даному випадку комунікативність передбачає оцінку відповідності моделі описуваному нею фрагменту світу, тобто їхній *спільний* аналіз.

Синергетика базується на тринітарному розумінні організації універсуму, яке передбачає складність організації цілісності, *спільний* розгляд частин і цілого, врахування самоорганізації. В основі синергетичного розуміння лежить антропний принцип, в одному з формулювань якого стверджується, що у Всесвіті з потребою з'являється спостерігач (людство), через якого Всесвіт сам себе усвідомлює [Антропный ..., 2008; Голиков, 2014]. Звідси витікає, що теоретична модель не може бути «об'єктивною», вона завжди суб'єктивна, у неї є автор. В умовах обмежених ресурсів спроби дослідника претендувати на якість теорії пізнання передбачають попереднє задавання суб'єкта наукового пошуку. Потенціал суб'єкта зумовлює доступну йому когнітивну складність організації теоретичної моделі, локалізацію позиції суб'єкта, яка задає ракурс аналізу, можливість розуміння дискурсу інших суб'єктів з метою створення більш повного уявлення про явище, яке вивчається, шляхом узгодження свого дискурсу з дискурсами інших дослідників. У мінливому світі отримання нових знань, зміна набору позицій суб'єкта, знайомство з іншими теоріями можуть призводити до переформатування всієї організації його теорії пізнання. Синергетика представляє собою не застиглу теорію і спосіб мислення, що передбачають «кінцеве» рішення всіх наукових проблем, а, навпаки, її використання в якості методології з самого початку передбачає можливість самооновлення наукового дискурсу, що відбувається як наслідок розвитку суб'єкта, котрий пізнає світ.

Синергетика – це теорія структурних взаємозв'язків, котрі можуть бути строго описані математичною мовою, а можуть бути якісно пояснені на вербальному рівні. Цей термін акцентує увагу на узгодженості взаємодії частин при утворенні структури як єдиного цілого. Складні системи можуть існувати лише в умовах динамічної рівноваги, у складноорганізованих системах (відкритих системах, інтуїтивно уявлюваних складеними з дуже великої кількості елементів і їх зв'язків) процеси комунікації принципово відмінні від процесів в системах з малою кількістю елементів, вимагаючи іншого понятійного і методологічного апарату.

### *Тринітарна організація психічного*

Як вказано в науковій літературі, до кінця ХХ ст. виявили той факт, що психологія, яка по праву претендувала на роль лідера людинознання, не володіла потрібною методологією інтегративного пізнання людини, включаючи всі рівні функціонування психічного – персони, інтерперсонального і трансперсонального [Козлов, 2004]. Всі базові парадигми – фізіологічна, психоаналітична, біхевіористська, екзистенційно-гуманістична і трансперсональна – у розумінні предмета, метода и змісту психології існують в своєму специфічному термінологічному апараті, не кажучи про дрібніші школи і напрямки.

Складність феноменів, які вивчають психології, призвела до того, що їх елементарні лінійні моделі залишились далеко в минулому. В психології ХХ ст. розповсюдились структурно-рівневі концепції організації психіки [Смит, 2003]. Заради справедливості треба зазначити, що будь-яка усталена традиція, чи то релігійна, філософська чи психологічна, передбачає певну структурно-функціональну розчленованість психіки і ієрархічно вибудований шлях до цілісності вищого порядку.

Синергетичний підхід запропоновано як методологію для вивчення складноорганізованих соціальних об'єктів. У міру зростання складності теоретичних моделей дослідника застосування синергетики допомагає

поглибити уявлення про предмет дослідження, оскільки є і універсальним методом, що описує властивості будь-якої цілісної системи. Як зазначають самі прибічники синергетики, поки ще рано говорити про цей підхід як про загальноприйнятий і в достатній мірі розроблений [Князева, Курдюмов, 1994]. У зв'язку з цим синергетика поки не може претендувати на те, щоб стати новою повноцінною парадигмою психології [Мазилів, 2003], але поява нових теорій може змінити ситуацію.

В синергетиці конструктивний погляд на становлення цілісності представлено як процес самоорганізації, народження параметрів порядку, структур із хаосу мікрорівня [Аршинов, 1999]. Сучасне прагнення до синтезу отримуваних знань, до їх цілісності пов'язано з ідеєю тринітарності, коріння якої йдуть далеко вглиб тисячоліть. Архетип триєдності, проявляючись в різних формах, стає об'єднувальним ядром нової синергетичної парадигми [Баранцев, 2005]. Мета ілюстрації наведених нижче прикладів – показати, що тринітарна організація психічного не просто виражає собою концепцію автора, але і представлена в роботах відомих авторів різних наукових шкіл.

Кожна складноорганізована система має три виміри: матеріальний, соціальний і духовний [Козлов, 2004; Майнцер, 2009]. Відповідно, в основі організації світу спостерігають три шари реальності: буття природи, буття соціальне, буття ідеальне [Поппер, 1983]. Суб'єкт, занурений в світ, відображає ці шари реальності як три виміри життєвого світу: зовнішній («об'єктивний»), соціальний (створений взаємодією) і суб'єктивний (уявний внутрішній) світи [Хабермас, 2003]. У такому разі у найвищому ступені схематично можна говорити про існування трьох провідних факторів, детермінуючих соціальні процеси в сучасному суспільстві. Перший – сама соціальна реальність, що прямо и опосередковано впливає на людей і фіксується їхньою свідомістю. Другий – масові інформаційні і комунікаційні процеси, що відображують цю реальність і культивують її



образи в свідомості людей. Третій – засвоєна у ході соціалізації культура людей, які живуть в цій реальності [Докторов, 2007]. Таким чином, суб'єкт функціонує у фізичному, комунікативному і символічному світах [Почепцов, 2001в; Шюц, 2004].

У живих системах виділяють наступні три ключові критерії паттерна їх організації: структура як фізичне втілення організації системи; конфігурація взаємовідносин, визначаюча суттєві характеристики системи; життєвий процес як діяльність, спрямована на безперервне втілення організації системи [Гроф, 2001; Капра, 2003]. Соціально-когнітивна теорія пояснює людське мислення і поведінку як процес потрійної взаємозумовленості явищ зовнішнього середовища, поведінки індивіда і його особистісних факторів [Смит, 2003; Фрейджер, Фейдимен, 2001]. Розвиток особистості детермінують три моменти: соціально-історичний спосіб життя, спільна діяльність, індивідуальні якості людини, які взаємодіють і впливають одне на одного зі змінною інтенсивністю, одночасно і в різний час [Асмолов, 2002]. Відповідно до такого розуміння можна виділити три основні функції психічних процесів: когнітивну, комунікативну, регулятивну [Ломов, 1984]. Соціокультурний контекст становлення свідомого Я індивіда веде до формування «Я-концепції», в більшості визначень якої, як існуючої в свідомості індивіда системи уявлень суб'єкта про себе, підкреслюють три її складові: когнітивна, поведінкова, оціночна [Талайко, 2007].

У рамках психоаналітичних концепцій психічної організації виділяють три структурні елементи: «Воно» (вроджені аспекти психіки, пов'язані з біологічними спонуканнями), «Над-Я» (психічна інстанція, яка представляє інтерналізовану версію суспільних норм і стандартів поведінки, яка формується в соціальних взаємодіях) і «Я» (компонент психіки, відповідальний за прийняття рішень і здійснення контролю над поведінкою, вироблений на основі життєвого досвіду) [Фрейд, 2006; Фрейджер,

Фейдимен, 2001; Хьелл, Зиглер, 1998]. В транзакційному аналізі в поведінці людини виокремлюють три его-стани: Дитина, Батьки і Дорослий. Его-стан Дитини містить всі наміри, які виникають у людини природнім чином. Его-стан Батьків містить установки і поведінку, прийняті ззовні, у першу чергу – від батьків. Его-стан Дорослого не має жодного стосунку до віку людини, а представляє здатність особистості зберігати, використовувати і переробляти інформацію на основі попереднього досвіду [Берн, 2006].

Виділяють три типи відносин, в рамках яких відбувається конституювання всякого соціального поля: відносини зі знанням, з іншими, з собою [Фуко, 2006]. Трихотомія природи, суспільства і культури приводить до тричастинної структури свідомості (реальне – символічне – уявне) [Лакан, 1997]. Генезис і діалектика трьох відносин суб'єкта – до світу, до інших і до самого себе – розкривають основу самосвідомості і рефлексії свідомості індивіда [Рубинштейн, 1957]. Як трирівневу структуру трактують рефлексію (усвідомлення впливу світу на суб'єкта, суб'єктивного образу цього впливу і інтенції суб'єкта), представляючи її у вигляді математичної моделі [Лефевр, 1973; Шаров, 2009].

У семіотиці явища людської культури розглядаються як взаємодії різного роду, опосередковані знаками. Засновником семіотики, науки про властивості знаку і знакових систем, вважають Ч. С. Пірса, котрому належить ідея про тернарні (троїсті) відносини в інформаційних системах і трьох вимірах знаку: його матеріальної оболонки, позначуваного знаком об'єкта, інтерпретації знаку [Кашкин, 2000; Конецкая, 1997]. В основі всіх вживань мовних знаків будь-якої мови лежать три елементарні функції: номінація (називання предметів реального світу), предикація (приведення названого у зв'язок одного з другим), локація (локалізація названого в просторі і часі) [Степанов, 1985]. Три названі функції відповідають трьом аспектам загальної семіотики: синтактиці, семантиці і прагматиці. Синтактика займається відношенням знаку до знаку, семантика розглядає

відношення знаків до об'єкту, прагматика вивчає зв'язок знаків з людиною, тобто проблеми інтерпретації знаків тими, хто їх використовує, їх корисності і цінності для інтерпретатора [Кашкин, 2000; Конецкая, 1997]. Формою модельного представлення когнітивних структур є суб'єктивні семантичні простори, які мають універсальну тривимірну структуру, координатними осями якої виступають ортогональні категорії-фактори: «сила», «активність», «оцінка» [Петренко, 2005]. При описі процесів регуляції діяльності виділяють три рівні аналізу: мікрорівень (аналіз окремих дій, що представляють собою елементарні одиниці), мезарівень (розгляд окремих видів діяльності, вивчення етапів, динаміки і використовуваних засобів) і макрорівень (вивчення діяльності в рамках життєдіяльності людини, в інтервалах, співставних з тривалістю його життя).

Можна констатувати, що в багатьох роботах широке розповсюдження отримала тринітарна структура психічного, яка забезпечує орієнтування індивіда в середовищі, організацію і регулювання його поведінки, інтеграцію індивідуума як цілісності [Барабанчиков та ін., 2007]. Непрямим способом твердження про троїчність структури психіки підтверджується і в роботі Ф.Ю. Василюка, який виділяє в радянській психології три теорії, що звузили свій предмет до одної категорії: *установки* Д.М. Узнадзе, *діяльності* О.М. Леонтьєва в *відношення* В.Н. Мясіщева [Василюк, 2003].

У рамках синергетичної методології передбачається тринітарна організація в об'єктів, які вивчають в психології. Організація цих об'єктів розгортається у трьох вимірах моделі: елементи, структура, концепція. Основна задача дослідника – це квантування об'єктів вивчення, що веде до їх систематизації, тобто інтеграції окремих конструктів у більші блоки відповідно до концепції дослідника, яка може уточнюватись у ході дослідження. Залежно від природи об'єкта відтворюється універсальна модель розвитку психологічного знання: синкрет – диференціація – синтез

(інтеграція на основі підвищеної складності) [Гусельцева, 2013]. Специфіка синергетичного розуміння полягає в тому, що в кожному виділеному конструкті міститься інформація про організацію цілого (голографічний принцип), але їх виділення зумовлено ментальними можливостями суб'єкта, який пізнає.

### *Роль дослідника в синергетиці*

Не синергетика ввела в науку роль спостерігача [Капра, 2003], але у всіх її побудовах він присутній як в явній, так і в неявній формі. Нормативною вимогою в методології науки є інваріантність наукової картини світу до системи відліку. Наукова картина світу будується в децентрованому просторі, в якому ні одна з індивідуальних точок не є привілейованою. Класична наука, як ми її визначаємо, виходить з гіпотези: все, що існує, може бути пізнано тим самим способом будь-яким дослідником. При здійсненні своїх пошуків він перебуває в позиції зовнішнього спостерігача, поза явищем, що вивчається. При цьому йдеться про існування єдиної і об'єктивної істинної теорії, універсальність якої закономірно передбачає абсолютну доведеність і механістичний детермінізм. Некласична наука по відношенню до явища передбачає позицію як зовнішнього, так і внутрішнього спостерігача, що передбачає застосування принципу додатковості і робить можливою появу численних теорій однієї системи, що приводять до пояснення її поведінки на основі стохастичного детермінізму.

Синергетичне розуміння передбачає тринітарну організацію теоретичної моделі. Локальні ракурси спостереження дозволяють суб'єкту виокремити такі можливі детермінанти розвитку складноорганізованої системи, як: внутрішня логіка саморозвитку системи, за якою спостерігають, логіка взаємодії зі світом, виконувана функція у світі. Побудова моделі поведінки системи, заснованої на трьох різних видах детермінації,

передбачає функціонування складноорганізованої кооперативної структури. Сучасний погляд на становлення таких структур представлений як процес когерентної взаємодії компонентів, що веде до їх самоорганізації. Поява взаємоузгодженості частин і цілого має на увазі їх двонаправлений взаємовплив, що має наслідком феномен кругової причинності [Хакен, 1985].

Фрактальна модель організації досліджуваної системи принципово не визначена однозначно, чим точніша ступінь роздільної здатності апарату дослідження, тим детальніше описується спектр можливих станів. Організація системи стає контекстуально залежною, у кожній новій ситуації її доводиться перевизначати і описувати заново. Варто звернути увагу на те, що фрактал – це не об'єкт і не структура, а спосіб організації досліджуваного явища. Коректніше стверджувати, що фрактальна будова досліджуваного об'єкта – це спосіб розуміння організації світу, і це розуміння не в системі, яка досягається, а в спостерігачеві, зануреному в світ і такому, що складає з ним одне ціле. Відносно складноорганізованих (фрактальних) систем необхідно говорити, що вони в однаковому ступені є і складними, і елементарними, залежно від здатності спостерігача роздивитись характер зав'язків, цементуючих ціле. Дослідник, який змінює порядок досліджуваного явища, – це розуміння, що відображує складність організації сучасного світу.

Для того, щоб в змінному середовищі залишатись самою собою, системі доводиться постійно міняти. Збереження складноорганізованою системою деяких основних її параметрів (елементів, структури, концепції), що мають стійкі значення, при розгляді на більш тривалих масштабах часу вже буде проявляти як процес. Таким чином, дослідження складних систем повинно виконуватись як історичне, що передбачає задавання сценаріїв послідовності (розгортання) подій, в яких бере участь дана система. Тому існують різні способи розуміння її функціонування,

зумовлені складністю ментальної організації дослідника. Коли рівень того, хто пізнає, не відповідає рівню складності пізнаваного об'єкта, виникає не стільки фактична помилка, скільки неадекватне і збіднене уявлення про реальність, в нашому випадку – про психічну реальність.

### ***Відмінності синергетичного і системного підходів***

У розробці адекватніших сучасній науці уявлень про характер цілісності самоорганізованих систем і методи їх дослідження синергетичний підхід є конструктивною альтернативою системним поглядам. Синергетика виросла з системного мислення як вчення про процеси самоорганізації складних систем і охоплює їхні визначальні риси: цілісність, відкритість і здатність до самоорганізації, яка і означає становлення мінливої «самості». У рамках синергетичної методології передбачається вивчення об'єктів в складноорганізованому середовищі, частиною якого вони є, іншими словами, вивчення системи в метасистемі. У цьому випадку система має функціональне призначення, і її функціонування зумовлено не лише впливом на неї ззовні чи особливостями її адаптації до умов середовища, але і розгортанням потенціалу взаємодії з середовищем, коли система «довизначає» власне призначення в метасистемі.

Подібний підхід, пов'язаний з ідеєю тринітарності, дозволяє перейти від розгляду ізольованих систем до контекстного аналізу їхньої життєдіяльності, представляючи цей процес як самоорганізацію комунікацій із зовнішнім світом. Наслідком цього стає з'ясування законів розвитку системи, вивчення зв'язку між її статикою і динамікою, виявлення нових способів її організації, коли система, залишаючись собою, змінюється [Лотман, 1992]. Виділимо, на наш погляд, основні моменти у розумінні природи психічного, що відрізняють синергетичний підхід від системного:

1. ***Фрактальна модель цілісності.*** Погляд на природу цілісності системи кардинально змінюється, коли аналізується «мінлива система в

мінливому світі» [Василькова, 1999]. У цьому випадку середовище функціонування системи розглядається не як постійний і незмінний простір, а як рухома субстанція, яка змінюється в часі, залучаючи систему в кругообіг змін. Наприклад, розглянемо особливості конструювання моделі цілісного світу, в якому суб'єкт функціонує. З самого початку довколишній світ розуміється як цілісний безперервний простір. У повсякденному житті людина зазвичай діє в обмеженому колі повторюваних ситуацій, у зв'язку з чим її модель світу розбивається на частини і починає представляти дискретний набір життєвих підпросторів. В результаті суб'єктивної значимості, яка не є постійною, окремі підпростори набувають більшого значення, і їх будова стає більш диференційованою залежно від засвоєної суб'єктом їхньої організації. Можна сказати, що підпростори «дробляться» на частини відповідно до набутого досвіду життєдіяльності суб'єкта. Числове значення ефективної розмірності моделі будови світу залежить від відношення спостерігача до контексту його функціонування. Виділення дедалі більшого різноманіття життєвих ситуацій із суб'єктивною значимістю, призводить до того, що від безперервності ми переходимо до дискретності, а потім фрактальної організації метрики простору, модельованого суб'єктом.

2. *Децентрація (розчинення) суб'єкта* в метасуб'єкті. Це відбувається внаслідок самоорганізації індивідуального суб'єкта, коли в мінливих умовах складноорганізованого середовища він змінюється і шукає способи реалізації поставлених цілей. Суб'єкт у ході своєї діяльності вибудовує нові соціальні структури, змінюючи умови своєї життєдіяльності. Радикальні зміни в соціальній структурі можуть мати своїм результатом супутні зміни психологічної реальності. Складна організація психічного виникає і прогресує за рахунок різноманіття форм активності суб'єкта, його участі в складних організаційних структурах. У суб'єкта повинна бути певна доля хаосу, блукань, бо лише на цій основі може виникнути дещо значиме,

раніше небувале, небачене, незнане. Неконкретність цілей, деякий хаос у вчинках, відхід від однозначного розуміння («піді туди, не знаю куди, принеси те, не знаю що») – це не деструктивні фактори дозрівання, а потенційні можливості саморозвитку, які виводять суб'єкта на здатність перетворення довколишнього складноорганізованого середовища.

Індивідуальні суб'єкти, беручи участь в безлічі соціальних проєктів, стають частиною групових суб'єктів. При цьому окрема людина частково звільняється від повсякденної відповідальності за результати праці, яку все більшою мірою бере на себе організація, до якої він належить. Просування в будь-якій соціальній ієрархічній структурі також нерозривно пов'язано зі скороченням ступенів особистої свободи, займаючи дедалі вищі позиції в системі управління, людина все більше стає частиною взаємодії вищого рівня. Значимі з серйозними наслідками рішення у більшості випадків також і приймає, і здійснює організація (як колективний суб'єкт). Тому, з одного боку, можливості окремого суб'єкта приймати самостійні рішення з приводу майбутнього соціальної системи в міру ускладнення її організації скорочуються. З другого боку, суб'єктність індивідуума розширюється, вона простягається не тільки на нього, а й на організаційні структури (їх діяльність), з якими він себе ідентифікує. Участь у спільній діяльності призводить до розчинення індивідуальної суб'єктності в соціальних структурах.

Разом з тим відбувається і розчинення групової суб'єктності. Складність організаційних структур призводить до того, що результати корпоративної діяльності залежать від злагодженості роботи всіх підрозділів. Ефективність організації пов'язана з якістю роботи її індивідуальних представників, коли помилка одного рядового співробітника може привести до катастрофічних наслідків для всієї організації в цілому. Їх спільне майбутнє зумовлено не лише запитами середовища на функціонування організацій такого типу і адаптацією внутрішньої



структури до умов, що змінюються, але і спільним соціальним проектом, в якому враховуються перспективи індивідуальних суб'єктів. Відповідальність суб'єкта за результати соціальних модернізацій виникає в результаті оцінки власних зусиль, оцінок діяльності групових суб'єктів, учасником яких він є, і оцінки організації життєдіяльності суспільства в цілому.

3. *Інтегрованість з середовищем.* В рамках синергетичного підходу системи розглядаються спільно з контекстом їх функціонування, що призводить до нового розуміння цілісності як «системи в системі», коли досліджувана система виявляється частиною метасистеми. Їх функціонування як цілісності дозволяє говорити про подібність їх організації.

Так, для психології врахування складності світу, в який занурений індивідуальний суб'єкт, і способів взаємодії з ним дозволяє розглядати індивідуума не як окремо взятий об'єкт, штучно вилучений з контексту буття, а як «людину в світі», яка є складовою частиною світу [Рубинштейн, 1957; Татенко, 1996]. Існуюча протягом тривалого часу в психології парадигма, орієнтована на вивчення ізольованого суб'єкта і його індивідуальних особливостей, накладала серйозні обмеження на розуміння його природи, причин діяльності [Кольцова, 2007].

Суб'єкт, що змінюється, будучи частиною світу, діє в світі, що змінюється, це призводить до того, що в звичному сенсі межа між ними зникає, вона стає взаємно проникною, перехідною – суб'єкт в світі, світ в суб'єкті. Усвідомлення суб'єктом власного Я, тобто виділення його зі світу, дозволяє сконструювати цілісну модель «Я у світі». Таке розуміння («суб'єкт в світі», «світ в суб'єкті») дозволяє говорити про подібність організації будови суб'єкта і середовища його функціонування. Спряженість будови ментальних структур і довколишнього світу, в якому реалізується активність суб'єкта, призводить до того, що організація ментальних структур може відтворювати складність організації світу. Тринітарний

розгляд суб'єкта (світ – суб'єкт – внутрішній світ суб'єкта, в іншому трактуванні – суб'єкт в просторі і часі [Титаренко, 2010]) призводить до відмови від використання бінарної логіки, дихотомії, протистояння категорій «зовнішнього» і «внутрішнього», «соціального» та «індивідуального», «об'єктивного» і «суб'єктивного».

Застосування синергетичної методології дозволяє розширити рамки аналізу досліджуваних явищ в порівнянні з системним підходом. Пропонується більш складна тринітарна організація системи, коли система розглядається як частина метасистеми, при цьому мається на увазі самоорганізація системи для реалізації її функцій в умовах, що змінюються. У науці відбувається безперервна ротація домінуючого пояснювального принципу. На зміну механістичній парадигмі, для якої характерна побудова моделей, що відрізняються наборами ознак, приходять системна. В рамках цієї парадигми структурна складність моделі системи зумовлена складністю простору функціонування системи, яку виділяє дослідник. Системна парадигма розгортається в синергетичну парадигму, в якій підкреслюється суб'єктна природа системи, коли структурна і просторова складності моделі функціонування системи доповнюються складністю самоорганізації системи в часі. Поза сумнівом, реальність завжди складніша і багатовимірніша за будь-яку теоретичну модель. На практиці різні парадигми відображають фактичні та вельми істотні відмінності між можливими моделями реальності, і всі ці моделі можуть бути більш-менш правильні в додатку до відповідних ситуацій. Слід врахувати, що використання цих парадигм передбачає відповідну складність ментальної організації дослідників.

Тринітарний підхід не зводиться до виділення тріад, що характеризують досліджувані феномени. Тринітарність означає не приписування об'єкту вивчення трьох атрибутивних характеристик, а виділення трьох проекцій цього об'єкта, коли у дослідника існують три позиції в трьох вимірах: фізичному, соціальному, ментальному [Плющ,

2010e]. Дослідник вивчає ціле, аналізує фрагменти цілого і комбінує з них модель складноорганізованого цілого. При цьому в свідомості одночасно бачиться цілісність, її проекції та оновлена змінна модель цілісності, змінюється тільки фокус уваги. Можна навести таку аналогію. Говорячи про природу світла, ми розглядаємо світло і як хвилю, і як корпускулу. Теоретичну модель одночасно розглядаємо як цілісність, як сукупність частин, як оновлюваний текст.

Синергетичне розуміння природи досліджуваних явищ було присутнє в багатьох наукових теоріях і раніше, вище наводилися приклади з психології. Тринітарне розуміння світу характерно і для інших теоретичних практик, наприклад, християнський догмат про Пресвяту Трійцю [Новейший ..., 1998]. Синергетика не є абсолютно новим поглядом на світ, це більш складний погляд на поточну дійсність, необхідність в якому виникає не завжди (брита Оккама).

Синергетичний підхід дозволяє відкривати його парадоксальні сторони: нелінійність, постійну динамічну рівновагу соціальних структур, здатних зберегти стійкість при сильних зовнішніх впливах і здатних впасти від топологічно точних слабких впливів, кругову причинність. Узгодженість дій цілісної системи і її частин призводить до їх двосторонньої залежності, до циклічності процесів самоорганізації, що робить можливим зростання конструктивної складності організації системи [Плющ, 2010d]. У будь-якій складній нелінійній системі, що самоорганізується необхідна певна частка хаосу на мікрорівні, яка грає роль сили, що виводить систему в область створення складної структури [Василькова, 1999; Князева, Курдюмов, 2005; Хакен, 1985]. У системі повинен бути запас різноманітності складових її елементів. Наприклад, для розкриття свого потенціалу соціум потребує наявності різноспрямованих груп, без них не вийде складної організації, що дозволяє ефективно відповідати на виклики мінливого світу.

В рамках синергетичного підходу соціальні процеси розглядаються як міжсуб'єктні комунікативні процеси, що мають свою внутрішню історію, логіку становлення і самоорганізацію, і основна увага звертається на мистецтво організації умов для продуктивного діалогу [Аршинов, 1999; Хабермас, 2000]. Сучасне суспільство буде демократичним і справедливим в тій мірі, в якій його культура, наука і освіта виявляться відкритими до сприйняття і трансляції всього досвіду самоорганізації співпраці, накопиченого ним. Основним елементом соціальної організації такого суспільства буде виступати особистість, націлена на саморозвиток, розуміння і співпрацю. Синергетичне бачення соціального світу аж ніяк не виключає історичний досвід набуття людиною своєї індивідуальності, але тепер цей досвід мусить обернутися не індивідуалізмом і атомізацією суспільства, а почуттям відповідальності і розумінням необхідності спільної взаємодії на всіх рівнях соціальної системи [Бевзенко, 2002]. Синергетичний підхід надає найширші можливості для аналізу логіки комунікативної самодетермінації безперервно змінюваного інформаційного суспільства.

### **1.3. Синергетичне моделювання соціальних процесів**

#### ***Синергетична модель ментальної організації індивідуального суб'єкта***

Розгляд ментальної організації суб'єкта як автономного об'єкта дослідження призводить до того, що внутрішній світ людини [Шадриков, 2006] постає у вигляді «чорного ящика», цілісна модель якого буде задаватися уявленнями дослідника про складність цього об'єкта, зумовленими когнітивною складністю самого дослідника. При конструюванні синергетичної моделі ментальної організації індивідуального суб'єкта моделі використовуватимемо тринітарний підхід, який спирається

на розуміння того, що кожна складноорганізована система має три виміри функціонування: фізичний, соціальний, ментальний [Поппер, 1983; Хабермас, 2003]. Компоненти системної тріади утворюють цілісну єдність і перебувають у динамічній рівновазі (рис. 1.3.1-2). Акцент на одному з компонентів без урахування інших руйнує цілісний погляд на природу життєдіяльності суб'єкта в світі і спрощує її аналіз.

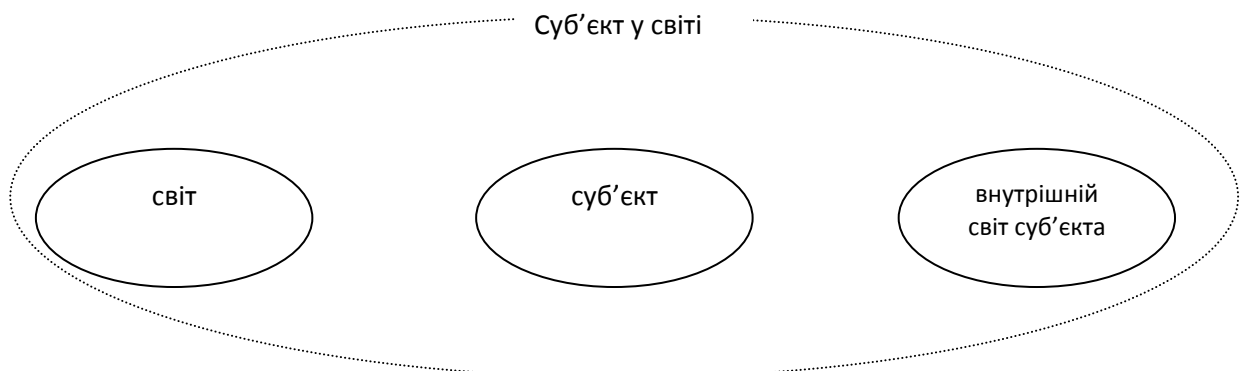


Рис. 1.3.1. Схема тринітарної організації моделі суб'єкта в світі

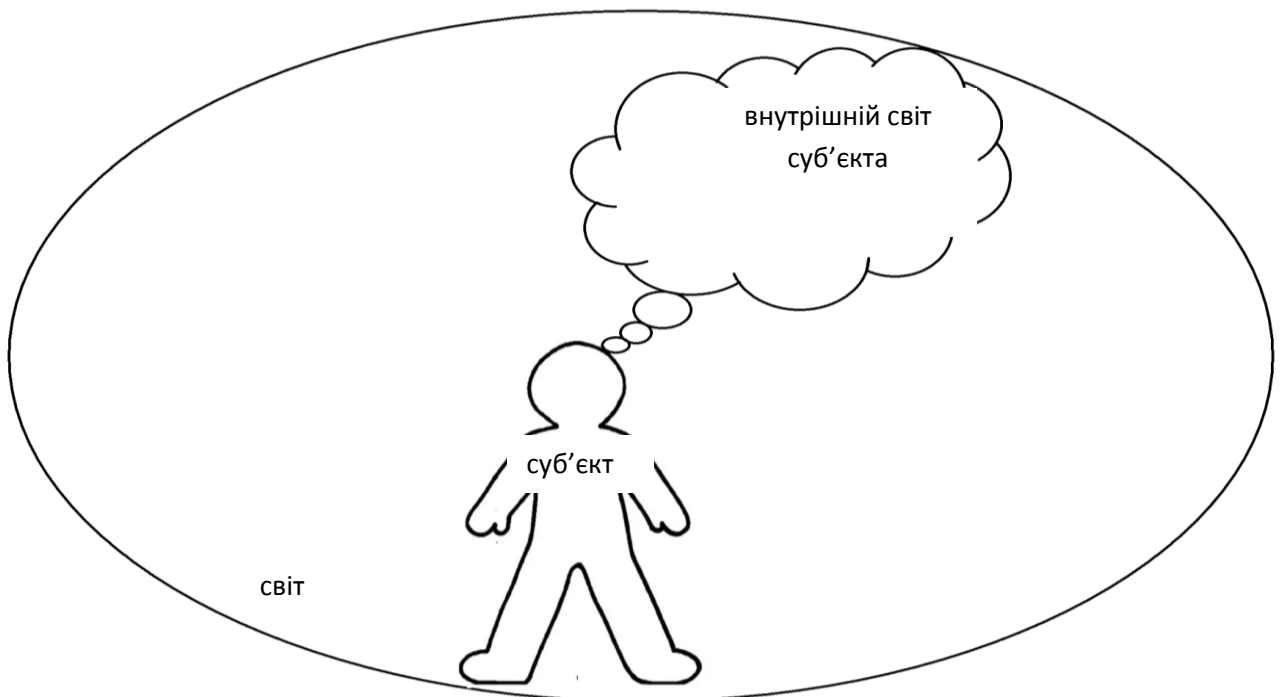


Рис. 1.3.2. Рисунок тринітарної організації моделі суб'єкта в світі

Цілісне розуміння суб'єкта в світі дозволяє перейти від автономного суб'єкта до контекстуального суб'єкта, що неминуче передбачає «контекстуалізацію» психології, яка б означала необхідність інтеграції

описів контексту в цілісне розуміння індивідуальності [Гришина, 2009]. Розглянемо індивідуального суб'єкта в світі як триєдність його середовища перебування, самого суб'єкта і внутрішнього світу суб'єкта в світі [Плющ, 2017с]. Таке розуміння не є абсолютно новим, в безлічі робіт широкого поширення набула тринітарна структура психічного, яка забезпечує орієнтування індивіда в середовищі, організацію та регулювання його поведінки, інтеграцію індивідуума як цілості [Барабанщиков та ін., 2007]. Людина не може повністю зводитись ні до природних спонукань, ні до соціальних відносин, ні до власне феномену внутрішнього «духовного, психічного» світу, що робить її людиною певного суспільства [Плющ, 2017d].

Внутрішній світ суб'єкта являє собою процеси моделювання суб'єктом свого функціонування в світі, коли процеси життєдіяльності відтворюються в ментальній організації суб'єкта (рис. 1.3.3-4). Суб'єкт, будучи частиною світу, породжує свій внутрішній світ. З одного боку, життєдіяльність включає в себе суб'єкта з його внутрішнім світом, з другого – суб'єкт на основі свого внутрішнього світу організовує свою життєдіяльність. Це явище двосторонньої залежності дозволяє конструювати вкладені світи суб'єкта (текст в тексті).

Розуміння триєдності цілісного суб'єкта в світі передбачає різні способи з'єднання його частин (світу, автономного суб'єкта, внутрішнього світу суб'єкта). Ці частини можуть становити послідовність, функціонувати паралельно, бути вкладеними. При моделюванні організації суб'єкта в світі фокусування на окремих частинах призводить до диференціації їх структури, а подальша інтеграція цих частин дозволяє конструювати складноорганізовану модель, в якій враховується різноманіття деталей світу, безліч можливих способів взаємодій суб'єкта зі світом, наростаюча складність організації внутрішнього світу.

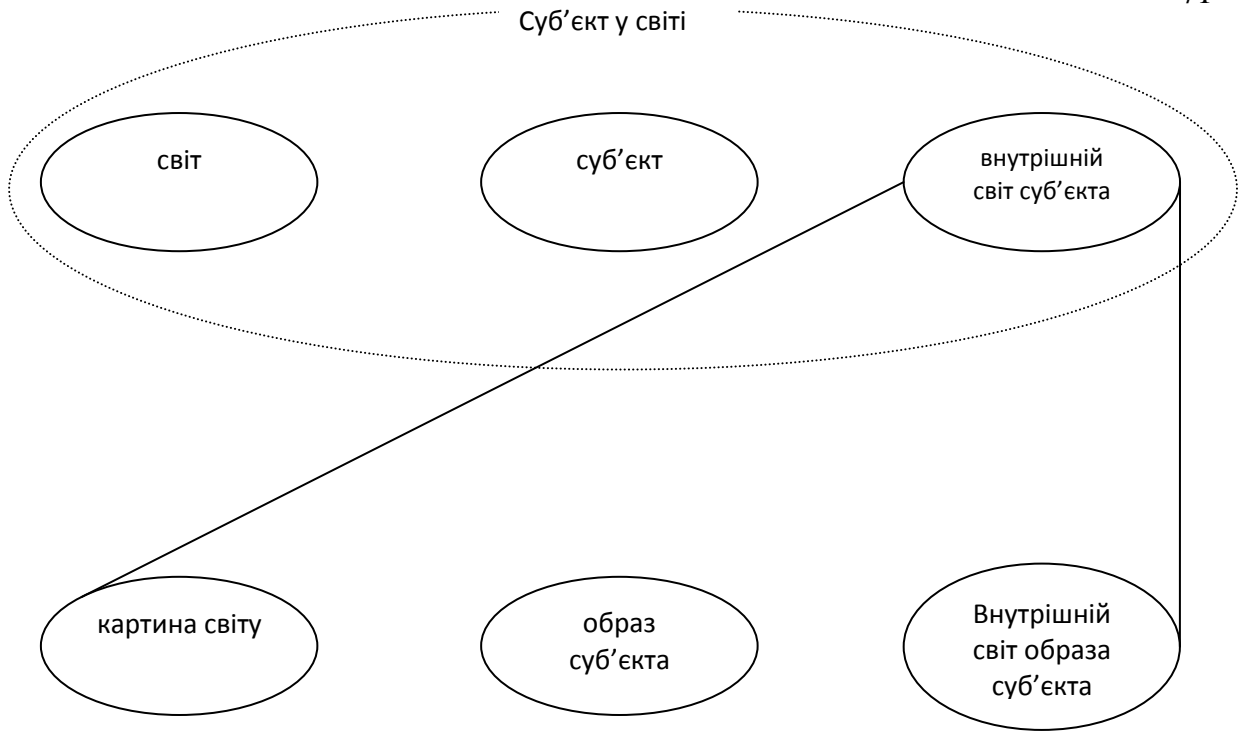


Рис. 1.3.3. Схема ментальної організації індивідуального суб'єкта

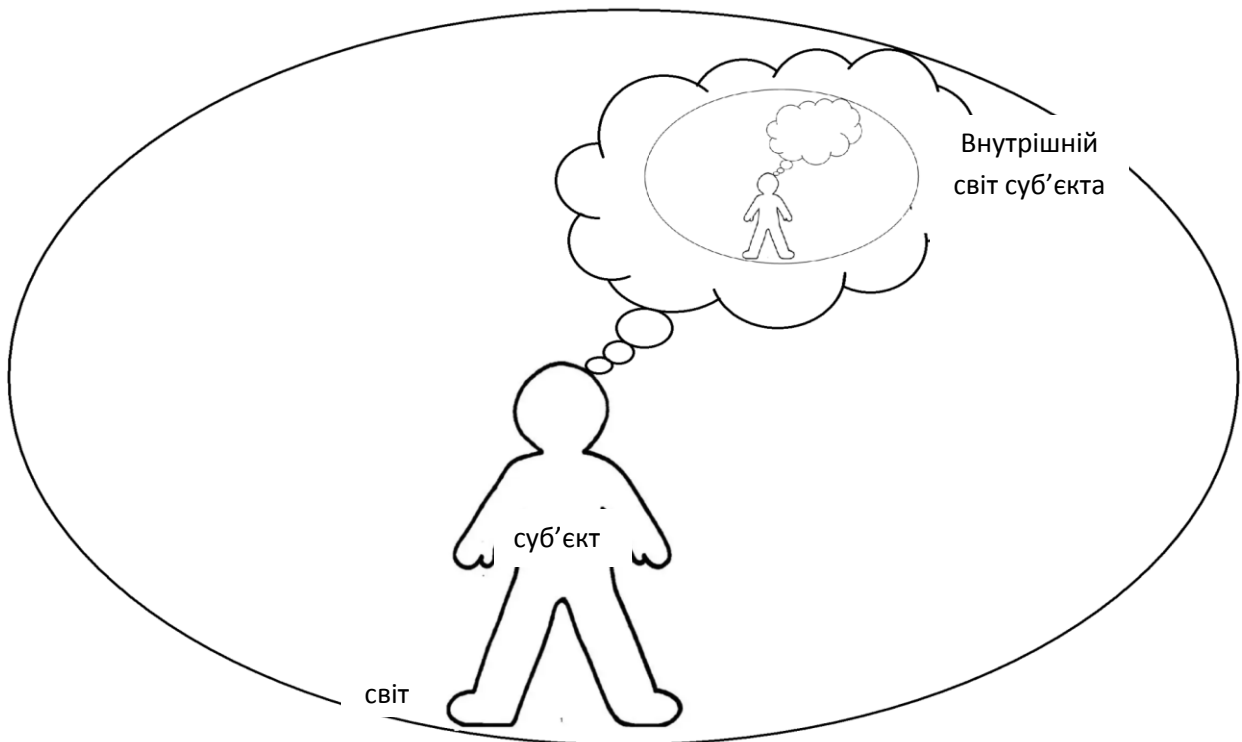


Рис. 1.3.4. Рисунок ментальної організації індивідуального суб'єкта

Тринітарна (текстова) модель організації цілісного суб'єкта в світі буде переноситися і на організацію внутрішнього світу суб'єкта, яку можна представити у вигляді тексту, автор якого – суб'єкт – конструює його відповідно до власного задуму і наявним «ментальним інструментом».

Складність організації цього тексту (внутрішнього світу) зумовлена тим, наскільки суб'єкт в ході аутокомунікації зміг проникнути у власний задум, тобто складність ментальної організації визначається рефлексивними можливостями суб'єкта [Плющ, 2005]. Рефлексія як спрямованість суб'єкта на себе являє собою кінцеву рекурсивну функцію, коли кожен наступний крок збільшує когнітивну складність конструйованої моделі, яка впирається в обмежені резерви ментального потенціалу суб'єкта.

Якщо суб'єкт не здатний конструювати свій образ, його внутрішній світ виконує функцію зворотного зв'язку (прикладом може служити діяльність нервової системи). Коли суб'єкт стає здатним конструювати власний цілісний образ, виділяючи себе з навколишнього світу, з'являється така форма організації внутрішнього світу, як психіка. Її функцією є забезпечення виконання програми життєдіяльності, заданої генами.

Коли в теоретичній моделі світу суб'єкта з'являється образ суб'єкта, що володіє власною моделлю, з'являється новий рівень складності організації внутрішнього світу суб'єкта. Згодом такому суб'єкту стає доступним конструювання образу іншого суб'єкта, котрий також володіє власною моделлю дійсності, яку можна використовувати для вдосконалення своєї. Для позначення такої форми організації внутрішнього світу, при якій можливо її доповнення конструктами моделей інших суб'єктів, використовується термін «свідомість» (с-відомість). Наслідком такого розуміння є соціальна обумовленість організації внутрішнього світу індивідуального суб'єкта, коли в ході соціалізації він переймає модель, пропонувану йому соціумом.

У складноорганізованому суспільстві суб'єкт здатний конструювати внутрішній світ за подобою організації соціального світу, в діяльність якого він включений. Для позначення організації внутрішнього світу, розгорнутої в часі і конструйованої самим суб'єктом, будемо використовувати термін «дискурс». Життєдіяльність як текст суб'єкта є проявом дискурсу, який



представляє собою задум життєдіяльності, життєву програму суб'єкта і способи її реалізації в сконструйованій ним моделі дійсності. Для визначення конструкцій внутрішнього світу суб'єкта використовуються й інші терміни – імпліцитна теорія, інтенціональна картина світу, когнітивна карта, установка, соціальні уявлення, схеми, сценарії, скрипти, стереотипи, геополітична свідомість, фрейми та ін. [Андреева, 2005; Бурдье, 2005; Дроздов, 2016; Майнцер, 2009; Петренко, 2005].

Дискурс як конструйована суб'єктом картина світу, що містить неявний образ самого суб'єкта і схеми його поведінки (див. мал.1.3.4), – це не зліпок подій навколишнього світу, а інтелектуальна реконструкція прихованого ходу розвитку подій. Генерована в конкретній ситуації картина світу конститується як цілісність, в ній не описуються всі подробиці світобудови у всіх масштабах. Фокусування на фрагменті картини відбувається після визначення позиції суб'єкта, що передбачає способи дискретизації цілісної картини, що дозволяють суб'єкту «нарізати» свій фрагмент світу відповідно до своїх уподобань. У вибраному фрагменті світу суб'єкт прогнозує хід подій в рамках доступного йому горизонту.

У процесі життєдіяльності індивідуальний суб'єкт конструює власний дискурс, який можна інтерпретувати як результат самоорганізації психічної діяльності суб'єкта, на підставі використання ним знакових систем, сконструйованих соціумом. Дискурс відтворюється в життєдіяльності суб'єкта, уточнюється в комунікаціях з іншими суб'єктами, оцінюється і вдосконалюється в ході аутокомунікації суб'єкта. Якість організації дискурсу реалізується за рахунок його складових: повноти картини світу, наявності досвіду життєдіяльності суб'єкта в різноманітних рольових позиціях, якості розумових процесів, що дозволяє інтегрувати картини світу численних рольових позицій суб'єкта в єдину цілісність [Плющ, 2013d]. Слід врахувати, що в організації дискурсу закладена його принципова неповнота: картина світу може уточнюватися, набори позицій –

доповнюватися, способи інтеграції – змінюватися. Це передбачає можливість як самооновлення дискурсу суб'єкта, так і співпраці з іншими суб'єктами, коли конструктивні елементи дискурсів інших суб'єктів можуть включатися в дискурс самого суб'єкта.

Дискурс дозволяє суб'єкту здійснювати життєдіяльність (управляти її процесами), розуміти інших суб'єктів в ході комунікацій, вносити корективи в свої уявлення в процесі аутокомунікації. У такому трактуванні дискурс можна сприймати як силу, що конститує суб'єкта, хоча ця сила породжується суб'єктом і висловлює його устремління, які піддаються корекції. Феномен кругової причинності дозволяє говорити про самоорганізацію суб'єкта. Дискурс – це і організація внутрішнього світу суб'єкта, і його інструмент, опосередковуючий взаємодії зі світом, з іншими суб'єктами, з собою, в яких дискурс проявляється і оновлюється.

Внутрішній світ залежно від складності моделі його організації може поставати у вигляді цілісної синкретичної структури (психіки), динамічної системної організації (свідомості) або самоподібної структури, розгорнутої в часі (дискурсу). Дискурс як синергетична модель ментальної організації індивідуального суб'єкта являє собою не стійку незмінну конструкцію, а конструкцію, відтворювану в ході соціальної взаємодії, тобто це текст, автор якого разом зі своїм задумом довізначається суб'єктом в конкретній ситуації. Синергетичне розуміння передбачає «знаходження» суб'єктом автора дискурсу у внутрішньому світі, що дозволяє здійснювати екзистенціальне розгортання ментального потенціалу суб'єкта в значущих для нього ситуаціях.

### ***Синергетична модель організації суспільства***

Розглянемо синергетичну модель організації суспільства [Плющ, 2014с]. За сучасними поняттями, суспільство являє собою функціонально диференційоване ціле, що базується на розрізненні автономних

функціональних підсистем, таких як економіка, політика, культура, як індивідуальні суб'єкти, групи, спільноти, як минуле, сьогодення і майбутнє [Гидденс, 2003; Луман, 2004]. Відмінності між функціональними підсистемами нівелюють принцип структурної єдності, виводячи на передній план комунікацію, яка представляє собою смислове відтворення суспільства [Луман, 1995; Хабермас, 2003]. Соціальні підсистеми виробляють власні репрезентації, які претендують на цілісність, абсолютність (універсальність) і загальність (повноту опису). Семантичне структурування соціальної системи забезпечує необхідну зв'язність, а через неї і цілісність суспільства. Комунікації кожної підсистеми розгортаються всередині неї, у взаємодії з іншими підсистемами і як частина цілісної системи. Утворюється полісемантична асиметрія, яка, з одного боку, порушує цілісність всього суспільства, з другого – безперервно відтворює його комунікативними практиками. Такі уявлення призводять до того, що суспільство вже не може розглядатися як незмінна цілісність, оскільки існує безліч способів як його поділу на частини, так і інтеграції, суспільство відтворюється в безперервному процесі комунікації постійно оновлюваних підсистем.

Використання синергетичного підходу дозволяє розглядати суспільство як складноорганізовану цілісність, що функціонує на основі процесів самоорганізації її частин [Аршинов, 1999; Князева, Курдюмов 1994; Хакен 1985]. Спільний аналіз частин і цілого призводить до їх контекстуального осмислення, коли розглядається суб'єкт в групі, група в суспільстві, суспільство як частина своєї історії. Вивчення складноорганізованої системи передбачає розгляд єдності трьох аспектів її функціонування: як автономної (закритої) системи, як (відкритої) системи, яка взаємодіє з іншими системами, як частини метасистеми (виконує в ній деяку функцію).

Розглянемо суспільство як текст, складений з елементів, що утворюють множинні структури, в функціонуванні яких проявляється концепція організації суспільства. У складі суспільства виділимо елементи трьох типів – індивідуальних суб'єктів, групи, суспільство в цілому. Індивідуальні суб'єкти утворюють дискретні елементи соціуму, групи складають системні елементи: група характеризується структурою і складовими її елементами (людьми). Суспільство, як ми прийняли, відноситься до фрактальної цілісності, в якій індивідуальні суб'єкти можуть бути учасниками багатьох соціальних об'єднань, груп, що складають соціальну структуру (знову ж множинними способами). При цьому суспільство безперервно відтворює себе, свою концепцію (соціетальний дискурс), утворюючи з минулим рухому єдність [Донченко, 1994; Луман, 2004].

Зростання складності організації суспільства зумовлено наростанням складності складових його елементів. Коли в якості дискретного елемента візьмемо індивідуального суб'єкта, то найпростішою організацією суспільства є система. Цю організацію відтворює моноцентрична модель суспільства, для якої характерна ієрархічна структура з єдиним центром конструювання соціетального дискурсу. У ролі центру, що виконує функцію управління суспільством, виступає держава, яка відтворює організацію суспільства на основі наявного в нього дискурсу. У зв'язку з тим, що в суспільстві такого типу держава виражає інтереси одного політичного суб'єкта, воно стає апаратом насильства і примусу для інших суб'єктів. По суті, модель моноцентричного суспільства багато в чому схожа з моделлю тоталітарного суспільства. Але термін «тоталітарне суспільство» в суспільній свідомості має негативну конотацію, а термін «моноцентрична суспільство» підкреслює особливості організації соціальної структури, дозволяючи розглядати таке централізоване суспільство як один з необхідних етапів розвитку будь-якого соціуму.

Якщо в якості елемента суспільства розглянемо систему (групу), то організація суспільства буде являти собою систему систем. Подібній організації буде відповідати модель поліцентричної суспільства з груповим (системним) способом конструювання соціетального дискурсу, з розгорнутою в просторі і в часі динамічною ієрархічною соціальною структурою. В ході життєдіяльності суспільства змінюється розклад сил суб'єктів, що призводить до змін сформованої соціальної структури. У поліцентричному суспільстві в якості суб'єкта, керуючого життєдіяльністю суспільства на основі власного дискурсу, виступає груповий (системний) суб'єкт, частинами якого є держава і інші впливові політичні суб'єкти (партії, фінансово-промислові групи і ін.).

У суспільстві такого типу передбачається системна організація держави, яка веде її до поділу гілок влади на законодавчу, виконавчу, судову. Це дозволяє державі задавати контекст функціонування суспільства, його імпліцитний порядок, виконуючи функцію узгодження інтересів впливових політичних суб'єктів. У поліцентричному суспільстві, з одного боку, спостерігається зменшення ролі держави як структури управління, але з іншого – відзначається зростання її неявної ролі як організатора групового суб'єкта, що реалізує функцію управління суспільством. Є тут один нюанс: «слабка» держава не здатна захистити інтереси представників своєї громади, що виходять на міжнародну арену, такий захист – це доля «сильної» держави. Не випадково несамодіяльні громадські організації, тобто фінансовані з-за кордону, так явно виступають за зниження ролі держави в суспільному житті соціуму [Блум, 2013].

Найбільш складною є організація спільноти, елементом якої є певне суспільство. Організація такого співтовариства представлятиме «суспільство суспільств», або, в нашій термінології, – текст текстів. Ця організація описується моделлю синергетичної самоорганізованої спільноти, в якій конструювання соціетального дискурсу здійснюється колективними

суб'єктами, структура яких зазнає постійних перетворень. Поява безлічі суб'єктів, які бажать відстоювати свої дискурси, свої цілі розвитку, які повинні бути враховані в соцієтальному дискурсі, передбачає управління способами (само)організації суб'єктів при конструюванні спільного дискурсу соціуму. Оскільки організація спільноти ускладнюється і набуває вигляду тексту текстів, у держави проявляється нова функція – транслявання дискурсу спільноти шляхом пропозиції моделі організації спільноти як в міжсуб'єктних комунікаціях, так і в повсякденній життєдіяльності. У такій спільноті спостерігається подальше розчинення ролі держави як структури, яка безпосередньо управляє життєдіяльністю соціуму. Але держава не стільки приймає роль «нічного сторожа», скільки делегує повноваження суб'єктам суспільства, проводячи свою політику через передачу правил конструювання і функціонування структур управління, а при необхідності виступає кризовим менеджером [Грамши, 1990]. Разом з тим, пропонуючи концепцію соцієтального дискурсу і способи самоорганізації спільноти, що дозволяють конструювати її колективного автора, держава займається питаннями стратегічного планування життєдіяльності спільноти.

Наростання складності елементів, що утворюють суспільство, призводить до різних моделей його організації: моноцентричної (система), поліцентричної (система систем), синергетичної (спільнота товариств), в яких державі притаманні різні ролі. Воно може виконувати функції управління життєдіяльністю соціуму, організатора керуючої підсистеми, автора дискурсу спільноти, що визначає смисли і цілі загального функціонування. Відзначимо, що реальне суспільство містить елементи різної складності, утворюючи переплетення організаційних форм. Сформована соціальна реальність і способи її організації, включаючи функції державних структур, дозволяють індивідуальним суб'єктам (ре)конструювати модель організації суспільства і саме суспільство.

Соціальна реальність створюється людьми, і вона сама створює людину. Як наслідок, індивідуальні суб'єкти в ході соціалізації в силу свого розуміння відтворюють дискурс (що містить модель організації суспільства), на підставі якого конструюють соціальну реальність.

У синергетичному підході передбачається розгляд не ізольованого суб'єкта, а суб'єкта в світі. Конструювання дискурсу з самого початку припускає, що суб'єкт, моделюючи суспільство, бачить себе (явно або неявно) в цьому суспільстві. У нього існують три рольові взаємодоповнюючі позиції, коли він може сприймати себе як автономного суб'єкта, суб'єкта, що взаємодіє, частиною колективного суб'єкта. Орієнтація на власну автономність призводить до формування дискурсу, в рамках якого конструюється модель суспільства, замкнутого на інтереси суб'єкта. Прикладом може служити модель моноцентричного суспільства. Якщо в якості одного з групових суб'єктів розглядати етнічну групу, націю, то орієнтовані тільки на автономність, на власну винятковість цієї групи будуть конструювати дискурс наці(оналі)зму.

Взаємодії з іншими суб'єктами приводять суб'єкта до розуміння двовимірності простору його позицій: по одній осі він самостійний діяч, за іншою – один із суб'єктів групової взаємодії. Суб'єкт, котрий взаємодіє, конструює дискурс, виходячи з розуміння своєї ролі у взаємодії і можливості прийняття цієї ролі, його позиція може розгортатися від згоди зі сформованими правилами взаємин до відмови підкорятися цим вимогам, від домінування інтересів суб'єкта до його підпорядкування обставинам. Якщо суб'єкти з самого початку приймають верховенство права і готові до дотримання встановлених правил взаємодії (законів суспільства), то зазвичай говорять про те, що вони дотримуються дискурсу лібералізму.

Сприйняття суб'єктом себе як частини колективного суб'єкта призводить до додавання нового виміру в просторі можливих позицій суб'єкта, який стає тривимірним. Подальше ускладнення організації

дискурсу суб'єкта зумовлено урахуванням оцінки значущості суспільства для життєдіяльності суб'єкта. Якщо суб'єкти орієнтовані на цілеспрямоване співробітництво і спільне прийняття рішень, а «кожен чинить так, як якщо б він в рамках своєї власної діяльності був відповідальний за ціле» [Хакен, 2010], то виникають «самоврядні команди» [Кейнер та ін., 2013]. Для їх учасників значимість цілого, залежно від складності організації колективного суб'єкта, буде проявлятися в різних формах «командно орієнтованого» дискурсу – солідарності, общинності, комунітаризму, соборності, колективізму, комунізму та ін.

У міру включення суб'єкта в життєдіяльність суспільства, коли він розширює спектр своїх соціальних зв'язків і видів діяльності, розгортається складність організації його дискурсу, складність моделі суспільства. Відбувається узгодження досвіду різних ролей суб'єкта в єдину картину світу. Дискурс зрілого суб'єкта являє собою поєднання дискурсів різних форм «автономності суб'єкта», «регуляції взаємодій з іншими суб'єктами», «значущості інститутів суспільства».

Конструювання дискурсу обумовлено складністю організації соціальних практик суб'єкта, складністю соціального контексту, в який він включений, і складністю рефлексивних процесів суб'єкта, в рамках яких він задає свою роль в цьому світі [Плющ, 2009а]. Причому ця роль не є жорстко закріпленою. Як в (ідеальній) сім'ї, де з моменту народження людина освоює нові ролі, змінюючи свій внесок в загальні зусилля пропорційно своїй зрілості, своїм можливостям, і настає час, коли вона створює власну сім'ю з новою формою її організації. Сходження до синергетичного дискурсу, в рамках якого конструюється складноорганізована модель суспільства, передбачає певну зрілість суб'єкта і його готовність до відповідальності за цілісність суспільства, враховуючи інтереси інших суб'єктів. У мінливих умовах сучасного світу успішне функціонування суспільства передбачає безперервне узгодження дискурсів різних суб'єктів, що зумовлено як



формою організації суспільства, так і способом організації соціетального дискурсу.

Залежно від того, хто представляє колективного суб'єкта соціуму, який виступає в якості учасника спільного дискурсу, виділяють різні способи організації соціетального дискурсу [Плющ, 2007а]. Один із суб'єктів, що претендує на універсальність запропонованого ним дискурсу, може транслювати його на все суспільство, припускаючи, що інші суб'єкти надалі використовуватимуть укладену в цьому дискурсі модель соціального устрою. В якості такого суб'єкта досить часто виступає держава. Зазвичай це характерно для замкнутих суспільств – з єдиним центром управління і вузьким колом суб'єктів, допущених до конструювання соціетального дискурсу. В якості одного зі зразків організації унітарного дискурсу може виступати ідея побудови «комуністичного суспільства» в рамках «диктатури пролетаріату». Уніфікація соціетального дискурсу не обов'язково притаманна тільки тоталітарним суспільствам. Прикладом може слугувати заява Ф. Фукуями про «кінець історії», коли, на його думку, поширення в світі ліберальної демократії західного зразка свідчить про кінцеву точку соціокультурної еволюції людства і формування універсальної остаточної форми уряду в людському суспільстві [Фукуяма, 2007]. Претензії на універсальність дискурсу слідує за соціальними змінами, відображаючи централізацію процесів управління на цьому етапі розвитку суспільства (моноцентрична модель суспільства). Певний час суспільство може спиратися на такий тип дискурсу, стабільність якого ставиться під сумнів при зіткненні зі змінною дійсністю.

Коли в конструюванні соціетального дискурсу беруть участь кілька безпосередньо взаємодіючих суб'єктів, можна говорити про його системну організацію, яка передбачає «консенсусну інтеграцію» дискурсів суб'єктів, що беруть участь у комунікації [Луман, 2004]. При цьому особливості організації соціальної структури відображаються в результатах комунікації,

коли внесок суб'єктів в спільний дискурс зумовлений соціальною позицією, яку вони займають. У суспільствах системної організації виразником соціетального дискурсу є структури управління («еліти»), які транслиують його на все суспільство і організують життєдіяльність суспільства відповідно до нього. У поліцентричному суспільстві (системі систем) організація соціетального дискурсу відтворює організацію комунікації еліт, які висловлюють дискурси своїх груп. «Сильні» суб'єкти, що займають високі місця в ієрархії, здатні просувати власний дискурс, якщо «слабкі» суб'єкти визнають не тільки силу суб'єктів, але і їхній дискурс. Наприклад, дискурс лібералізму (верховенство права і дотримання законів) вигідний тим «сильним» суб'єктам, які беруть участь в його конструюванні і здатні змінювати його відповідно до своїх змінних інтересів. Тому будь-які проекти, що пропонують альтернативні лібералізму форми організації соціуму (що мають на увазі перерозподіл влади і ротацію авторів дискурсу), піддаються обструкції, а суспільства, які роблять спроби реалізувати ці проекти на практиці, намагаються реорганізувати ззовні [Блум, 2013].

Якщо колективний суб'єкт, який конструює спільний дискурс, становить суспільство в цілому, то можна говорити про синергетичну організацію соціетального дискурсу. В цьому випадку соціетальний дискурс являє собою сукупність дискурсів суб'єктів, що складають суспільство. Текстова організація соціуму передбачає, що всі суб'єкти (елементи соціуму) діють в рамках соціальних структур, які функціонують відповідно до синергетичної концепції соціетального дискурсу. У ході соціалізації суб'єкти в силу свого розуміння засвоюють трансльований їм соціетальний дискурс, в ході взаємодій з іншими суб'єктами коректують його зміст і в процесі життєдіяльності суспільства своєю діяльністю відтворюють і суспільство, і соціетальний дискурс в суб'єктивному трактуванні. Ці процеси кругової причинності створюють можливість поновлення як суспільства, так і соціетального дискурсу. Різноманітність суб'єктивних

дискурсів, що становлять соціетальний дискурс, передбачає готовність до множинного майбутнього і альтернативних способів його досягнення [Плющ, 2009b; Проблема сборки ..., 2010]. До загального узгодженого дискурсу призводить спільна життєдіяльність суб'єктів суспільства, яка припускає варіативність дискурсів суб'єктів в рамках досягнення спільної мети суспільного розвитку. При цьому суспільство в цілому розглядається як безперервно змінний колективний суб'єкт, який постійно відтворює своє призначення в цьому світі. Для збереження наступності розвитку суспільства позиціонування колективного суб'єкта як учасника соціетального дискурсу на всіх рівнях його організації (індивідуальних суб'єктів, еліт, держави) має бути узгодженим.

Соціетальний дискурс, в якому пропонується модель самоорганізації суспільства, може мати різну організацію – унітарну, системну, синергетичну, в залежності від того, що являє собою груповий суб'єкт, який конструює цей дискурс. З одного боку, організація соціетального дискурсу може бути зумовлена організацією суспільства і змістом дискурсу, з другого боку, виходячи з принципу кругової причинності, – сама може зумовлювати їх. Для кожного суспільства в соціетальному дискурсі співвідношення дискурсів «націоналізму», «лібералізму», «колективізму» відповідає історії розвитку суспільства, існуючих умов і поточним особливостям функціонування соціетального дискурсу (ментальності цього суспільства).

Синергетична модель організації суспільства передбачає його текстову організацію, тобто наявність елементів, структури, концепції. Виділяються елементи різної організаційної складності – індивідуальні суб'єкти (дискретні цілісності), групові суб'єкти (системні цілісності), суспільство в цілому (текст). Структура суспільства може являти собою систему, систему систем, спільноту спільнот. Концепція суспільства (соціетальний дискурс), яка відтворює призначення суспільства в світі, може бути унітарною, системною, синергетичною.

Розгляд суспільства як самоорганізованої структури передбачає, що існує автор, його задум і текст (саме суспільство) як вираження цього задуму. У цьому випадку автором суспільства можна назвати колективного суб'єкта, який бере участь в конструюванні соціетального дискурсу. Задум суспільства сконцентрований в змісті соціетального дискурсу, а саме суспільство, його життєдіяльність будуть постійно текстом, який постійно розгортається, і в цьому процесі змінюються і сам задум, і його автор. Зміст тексту буде визначатися «особистістю» автора, тим, наскільки він здатен зрозуміти ідеї попереднього тексту, переосмислити їх і втілити в сучасних реаліях.

Образ суспільства як «всеосяжної системи всіх комунікацій» [Луман, 2004] співвідноситься з сучасною моделлю нелінійного світу і методологічно узгоджується з синергетичним образом самоорганізації нелінійного середовища [Василькова, 2004]. Соціальні комунікації відтворюють суспільство і є частиною процесу його самоорганізації. При цьому суспільство розглядається в трьох ракурсах: як простір комунікацій, як їх (колективний) суб'єкт і як результат його самоорганізації.

### ***Соціальний простір і соціальні комунікації***

Процеси в суспільстві, в тому числі і інформаційні взаємодії, розгортаються в різних вимірах соціального простору складноорганізованого соціуму. Еволюцію уявлень про соціальний простір не можна зрозуміти без урахування історії розвитку математичних ідей про сутність простору, які є відображенням культурних уявлень, що формують громадське життя.

Соціальний простір може розглядатися як фізичний (або географічний) вимір простору функціонування соціальних суб'єктів. Досить часто під цим простором розуміють якусь територію, яка є специфічним

суспільним ресурсом. Наприклад, інформаційні тексти суб'єктів соціального простору можуть утворювати однорідний простір інформаційних текстів.

Простір соціальних комунікацій втрачає евклідову ізоморфність, про нього не можна стверджувати, що він рівномірний і однаковий для всіх [Назарчук, 2012]. У цьому вимірі соціальний простір розглядається як мережа відносин суб'єктів в рамках існуючої соціальної організації, де кожен суб'єкт займає певну позицію. До розуміння системної організації соціального простору призводить його інтерпретування як спів-буття соціальних практик суб'єктів, як багатовимірного силового поля, витканого з безлічі соціальних полів [Бурдье 2005]. У просторі соціальних комунікацій інформація набуває значення не стільки як цілісний текст, скільки як носій смислів, які містяться у цьому тексті. Споживачі інформації, (ре)конструюючи її сенс, вміщують інформацію у власний контекст залежно від своєї позиції в соціальній організації соціуму.

Соціальний простір включає в себе внутрішні світи людей. Коли люди вірять, що їх ідеальні моделі соціальної дійсності реальні, то вони діють, виходячи з цих переконань, таким чином, ці моделі також стають реальністю (теорема Томаса) [Андреева, 2007]. Можна говорити про дискурсивної вимірі соціального простору, який має фрактальну організацію. Елемент дискурсивного простору розуміється «не як окремий атом або частка, а як пульсуюче поле взаємодій» [Малинецкий, Курдюмов, 2002]. Взаємодія суб'єктів передбачає їх готовність будувати спільний дискурс соціуму, виходячи з якості дискурсів кожного з суб'єктів. Інформація є фрагментом дискурсу, що надає можливість споживачеві його реконструювати, якщо він (споживач) володіє відповідним потенціалом.

Пропонована модель організації соціального простору суспільства схожа на організацію життєдіяльності індивідуального суб'єкта: фізичний простір життєдіяльності, простір взаємодії суб'єктів, дискурсивний простір. За аналогією, інформаційний простір суспільства складають: простір

доступної інформації (знакових текстів), простір взаємодіючих суб'єктів, які транслюють і інтерпретують інформацію (закладені в ній смисли), простір дискурсів суб'єктів соціуму. Вивчення соціальних процесів інформаційної взаємодії передбачає розуміння дослідником використовуваних ним моделей організації соціального та інформаційного просторів.

Інформаційне суспільство супроводжується посиленням комунікативного начала в житті соціуму. Комунікацією традиційно прийнято називати обмін значеннями (інформацією) між суб'єктами за допомогою загальної системи знаків в рамках спільної діяльності [Кашкин, 2000; Почепцов, 2001в]. Комунікації розгортаються в кожному з вимірів соціального простору. У фізичному вимірі комунікація зводиться до механічної передачі інформації як знакових текстів, в соціальному вимірі розглядається як взаємодія суб'єктів, в дискурсивному вимірі – як конструювання спільного дискурсу (спільної програми життєдіяльності).

У комунікаціях можуть брати участь різні суб'єкти суспільства: індивідуальні, групові, суспільство в цілому. Індивідуальні суб'єкти, які беруть участь у комунікації, можуть розглядатися в трьох проекціях: як автономні суб'єкти, як учасники певних групових суб'єктів, як громадяни суспільства. Рефлексивна позиція одержувача інформації, яка зумовлює формат комунікації, може навіюватись як носієм інформації, так і технологічними способами передачі інформації [Маклюэн, 2003; Poster, 1990]. Наприклад, усний обмін інформацією «лицем до лица», де співрозмовник заданий спочатку як приватна особа, передбачає міжособистісну комунікацію індивідуальних суб'єктів. Передача інформації за допомогою ЗМІ, як правило, передбачає соціальний контекст ситуації отримання інформації, неявно маючи на увазі комунікації представників групових суб'єктів [Иванов, 2013; Леонов, 2011]. Соціальні комунікації в рамках діяльності соціальних інститутів мають на увазі, що їх учасники

відтворюють соціетальний дискурс суспільства як співавтори цього дискурсу.

Якщо дискурс суб'єкта (ре)конструюється в ході життєдіяльності суб'єкта, комунікацій з іншими суб'єктами, аутокомунікації, то дискурс соціуму, аналогічно, відтворюється в ході життєдіяльності суспільства, в просторі соціальних комунікацій його суб'єктів, в аутокомунікації соціуму. У соціумі функціонують спеціальні рефлексивні структури (наприклад, системи освіти і науки), що беруть участь в аутокомунікації, і відповідають за якість соціетального дискурсу і його вдосконалення.

Комунікативна дія, орієнтована на взаєморозуміння, є базою для відтворення структур суспільства. Простір соціальних комунікацій являє собою інструмент самоорганізації соціуму, відтворюючи його дискурс. В умовах відкритого суспільства в просторі соціальних комунікацій можуть бути представлені фрагменти дискурсів інших спільнот, які, в загальному випадку, надають можливість доповнення і вдосконалення дискурсу соціуму. В інформаційному суспільстві в просторі соціальних комунікацій розгортається конкуренція соціальних проектів, найбільш спокусливий проект буде залучати все більше прихильників і охочих брати в ньому участь.

Комунікації управляються суб'єктами в рамках їх дискурсів, в яких закладені схеми поведінки, що дозволяє приймати рішення автоматично, скориставшись вже готовими рішеннями [Луман, 2005; Potter, Wetherell, 1987]. Це призводить до того, що управління дискурсом суспільства, яке, на перший погляд, набагато менш трудомістке, ніж управління суспільством, дозволить управляти процесами комунікацій, а значить, і конструйованою соціальною реальністю. Залежність суб'єктів комунікації від зовнішніх засобів (багатства, влади, престижу) створює благодатний ґрунт для впровадження нових механізмів управління соціумом через управління суспільною свідомістю шляхом програмування дискурсів, які

використовуються суб'єктами суспільства [Луков, 2007]. Ідеї здатні змінювати стан і поведінку людей і в зв'язку з цим мають потенціал, що може як об'єднувати суспільства, так і створювати можливості для дезінтеграції досить стійких суспільно-ідеологічних систем [Московичи, 1998; Brzezinski, 1970].

У нормі соціальна система врівноважує флуктуації соціального середовища, не дозволяючи собі вийти за межі якихось рамок, що ведуть до її кардинальних перетворень. В інформаційному суспільстві, яке має надпровідну інформаційну інфраструктуру, навіть локальна незначна подія може набути глобального масштабу і привести до структурних змін всього суспільства всупереч всім традиційним канонам інерційності соціальних систем і їх здатності до гомеостатичного саморегулювання [Сляднева, 2001б]. В умовах сучасного світу, коли інформаційний простір будь-якої країни є відкритою, незамкненою структурою, управління соціальними комунікаціями передбачає перехід від явної конкуренції політичних суб'єктів до інтелектуальної конкуренції соціальних проектів, пропонованих в рамках дискурсів цих суб'єктів.

Запропоновані синергетичні моделі ментальної організації індивідуальних суб'єктів і організації суспільства дозволяють моделювати процеси соціальних комунікацій. Суспільство розглядається як сукупність авторів трансльованої інформації, як простір їхньої комунікацій, як реконструйований в процесі комунікацій суб'єктів суспільства соціетальний дискурс. Соціальні комунікації є обміном інформацією суб'єктів суспільства, відтворенням організації життєдіяльності соціуму, процесом вдосконалення соціетального дискурсу.



## Висновки до розділу 1

Виявлено, що постіндустріальне суспільство характеризується збільшеним потоком інформації, ускладненням форм соціальної організації в умовах культурного різноманіття, зростанням ролі соціальних комунікацій в здійсненні процесів управління життєдіяльністю суспільства.

Заданий інструмент дослідження соціальних процесів постіндустріального суспільства – синергетичний підхід, який дозволяє вивчати природні явища і процеси на основі принципів самоорганізації складноорганізованих систем.

Показано, що цей підхід може застосовуватися і як загальнонаукова методологія, і як міждисциплінарний підхід, і як метод дослідження в конкретній області, зокрема, при вивченні процесів соціальної комунікації в постіндустріальному суспільстві.

Розкрито, що в основі синергетичного підходу лежить розуміння тринітарної організації універсуму, яке передбачає наявність у дослідника трьох позицій в фізичному, соціальному, ментальному вимірах світу. Конструйовані теоретичні моделі можуть бути представлені у вигляді самоорганізованої структури – тексту, у якого є автор зі своїм задумом.

Запропоновано синергетичну модель організації суспільства, автором тексту якого є суб'єкти суспільства, які відтворюють його організацію відповідно до безперервно оновлюваного соціетального дискурсу (соціокультурного проекту). Комунікації суб'єктів, будучи соціальними процесами самоорганізації суспільства, забезпечують (ре)конструювання соціетального дискурсу.

## РОЗДІЛ 2

### СПЕЦИФІКА СИНЕРГЕТИЧНОГО ПІДХОДУ ПРИ АНАЛІЗІ ПРОЦЕСІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

*Інформаційний вплив розглянуто як невід'ємну частину комунікації суб'єктів. Проаналізовано смислові трансформації розуміння комунікації в історичній перспективі. Відзначено, що використання синергетичного підходу при аналізі процесів інформаційного впливу призводить до соціально-психологічного ракурсу їх аналізу.*

#### **2.1. Інформаційний вплив у контексті комунікації**

У зв'язку з тим, що здійснення інформаційного впливу можливо тільки в рамках комунікації, розуміння комунікації досить часто зводиться до її інформаційної складової. У традиційному уявленні під комунікацією (лат. communicatio – повідомлення, передача) розуміється процес передачі інформації, її рух, обмін між складними динамічними системами та їх частинами, які в змозі приймати інформацію, накопичувати її, перетворювати [Березкина, 2008; Кашкин, 2000; Урсул, 1971]. Учасниками процесу обміну значеннями за допомогою загальної системи символів (знаків) можуть виступати як індивідуальні суб'єкти, так і групові. В останньому випадку розглядається масова комунікація, під якою розуміється інституціоналізоване виробництво і масове поширення символічних матеріалів на відносно велику аудиторію [Брайант, Томпсон, 2004; Дьякова, Трахтенберг, 1999; Черных, 2007].

Зазвичай інформаційний вплив розуміється як соціально зумовлений феномен, основною функцією якого є вплив на аудиторію через зміст

інформації, що передається [Березкина, 2008; Конечкая, 1997; Осипова, 2001]. Інформаційний вплив можна розглядати як діяльність, що дозволяє говорити про пов'язаність комунікації і дії [Кашкин, 2000; Квале, 2003; Остин, 1986]. У цьому випадку комунікація розглядається як «соціальна інтеракція через повідомлення», як механізм координації взаємодіючих рівноправних соціальних суб'єктів [Хабермас, 2003]. Можна говорити не стільки про інформаційний вплив на адресата (односпрямована комунікація), скільки про взаємодію (двоспрямована комунікація) суб'єктів, які беруть участь в комунікації. Наявність зворотного зв'язку призводить до того, що проста комунікація стає можливою «лише в рекурсивній мережі попередньої та подальшої комунікації» [Луман, 1994] і являє собою не безліч окремих самостійних операцій, не пов'язаних між собою, а системну цілісність, що складається з взаємозв'язаних подій.

Усвідомлення текстуальної природи соціального світу [Дридзе, 1996; Рикер, 2008] дозволяє аналізувати діяльність з організації інформаційного впливу як текст, що виражає задум суб'єкта впливу. Цей текст (діяльність) суб'єкта поширюється в часі і просторі. Текст може представляти окреме ситуативне дискретне повідомлення, сукупність кількох повідомлень (текст текстів) і безперервне конструювання тексту життєдіяльності. Якщо споживач інформації не має доступу до трансльованого тексту суб'єкта впливу, вважається, що інформаційний вплив не відбувається. Разом з тим для розуміння задуму суб'єкта впливу, споживач інформації не обов'язково повинен мати прямий доступ до змісту інформації, цей задум може проявлятися в організації комунікації і в процесах життєдіяльності. У будь-якому разі комунікація між суб'єктами відбудеться, тільки рамки її розуміння можуть бути розширені за межі безпосередньої взаємодії суб'єктів.

Будь-яка соціальна система має комунікативну природу: комунікація є елементарною соціальною операцією, яка конститує суспільство як систему

[Луман, 1995]. Контактуючі суб'єкти пропонують свою символічну конструкцію опису світу і подій, що відбуваються в ньому, при цьому в процесі їх взаємодії можуть відбуватися трансформації цих конструкцій як результат взаємовпливу [Березкина, 2008; Соколов, 2002]. Комунікації породжують не стільки обмін інформацією, скільки постійне виникнення смислової надмірності, яка через семантичне структурування соціальної системи забезпечує необхідну зв'язність, а через неї і цілісність суспільства. Процеси соціалізації індивідуальних суб'єктів, структурування групових суб'єктів, інтеграції суспільства з необхідністю протікають в дискурсивному просторі соціуму [Хабермас, 2000]. По суті, комунікація представляє собою специфічний процес самоорганізації цілісного соціуму, його самовідтворення в змінних умовах через неминучі флуктуації соціального порядку.

Сенс поняття комунікації також пов'язаний з регулятивним аспектом взаємодії, «будь-яка мовна поведінка є цілеспрямованою» [Якобсон, 1985], впливаючи на інших людей, на їх поведінку [Блакар, 1987; Грайс, 1985; Поршнев, 1979]. Г. Почепцов зазначає, що історично метою комунікації був примус іншого до виконання тієї чи іншої дії [Почепцов, 2015]. Основними «точками відліку» при цьому виявляються такі приховані «пружини», як мотиваційно-цільова чи інтенціональна першопричина комунікації [Адамьянц, 2009; Дридзе, 1984]. У зв'язку з цим інформація перетворюється на інструмент управління соціальною реальністю. Уже від цілей комунікаторов буде залежати орієнтація комунікацій на досягнення консенсусу як основного фактору солідарності і стабільності суспільства [Хабермас, 2003] чи на дезінтеграцію соціуму [Бжезинский, 2009].

У рамках існуючих теорій інформаційного впливу можна виділити три підходи: інформаційний, конструктивний, прагматичний. У них послідовно інформаційний вплив розглядається як результат механістичного процесу передачі інформації, взаємодії суб'єктів, які конструюють їх соціальну

організацію, узгодження цілей учасників комунікації. В якості суб'єктів інформаційного впливу можуть виступати індивідуальні суб'єкти, групові суб'єкти, суспільство в цілому. У складноорганізованому суспільстві суб'єкт апріорі не може бути носієм «об'єктивної» інформації. Інформаційний вплив індивідуального суб'єкта проявляється в поширенні інформації, у відстоюванні інтересів групових суб'єктів, частиною яких він є, в просуванні дискурсу, якого він дотримується.

В синергетичному трактуванні інформація являє собою прояв дискурсу, який в імпліцитному вигляді містить програму дій суб'єкта по досягненню запланованих ним цілей. Інформаційний вплив суб'єкта розглядається як поширення ним інформації в часі і просторі з метою утвердження його дискурсу. Воно являє собою невід'ємну частину складноорганізованого процесу соціальної комунікації, в ході якого суб'єкти декларують дискурси (як задуми життєдіяльності), узгоджують їх і конструюють спільний дискурс. Включеність суб'єкта в соціальні практики суспільства, організація простору соціальних комунікацій з його різноманітними представниками, якість сформованого дискурсу дозволяють суб'єкту оцінити потенціал запропонованого дискурсу і скористатися ним для корекції власного дискурсу в разі потреби.

Комунікація являє собою дискурсивну взаємодію суб'єктів, опосередковану знаковими текстами, в ході якої відбувається конструювання спільного дискурсу. Вона є інструментом самоорганізації цілісного соціуму, безперервним іманентним процесом трансформації колективної свідомості [Пронина, 2002; Юдина, 2004]. Розглянемо перетворення дискурсу, виходячи з теорії трифазової комунікації: докомунікативної – комунікативної – посткомунікативної [Конецкая, 1997].

До початку комунікації кожен суб'єкт спирається на власний нормативний дискурс, який має безліч дефініцій: природний погляд на світ, нормативна модель світу, установка, картина світу, атитюд, диспозиції,

переконання, габітус і т.д. [Андреева, 2005; Бурдые, 2005; Петренко, 2005; Ядов, 1995, и др.]. Картина світу, яка часто повторюється, стає зразком, нормою для суб'єкта. Згодом ця модель світу, конструйована суб'єктом, економлячи його зусилля, автоматично відтворюється в ситуаціях комунікації і фактично стає для нього «об'єктивною» реальністю.

Сприйняття аспектів реального світу, релевантних для функціонування суб'єкта, відбувається з опорою на визнані процедурні правила мислення, закладені в нормативному дискурсі [Шюц, 2004]. Реальний світ занадто великий, складний і мінливий, щоб його можна було охопити в цілісності. Людина змушена створювати його спрощену, швидше за згорнуту, модель і орієнтуватися в просторі, вже виходячи з неї, коли в даній ситуації усвідомлюється тільки те, що потрапляє у фокус уваги. Опора на звичну, буденну картину світу, закладену в нормативному дискурсі, призводить до того, що стає обов'язковим визначати кожен ситуацію заново, крок за кроком. Багато з виникаючих ситуацій можуть бути віднесені до розряду вже бачених (стереотипних), і тоді можна передбачити дії, які потрібно зробити в цих ситуаціях. Передбачаючи стабільну основу протікання людської діяльності, звична картина світу нормативного дискурсу звільняє енергію для прийняття рішень в тих випадках, коли це справді необхідно. Важливим психологічним наслідком цього виявляється економія часу і зусиль, коли зменшення обсягу аналізованих явищ дає можливість сфокусуватися на головному.

Стиснення дискурсу досягається тим, що замість великого числа факторів, від яких залежить стан системи (так званих компонентів вектору стану), розглядають нечисленні параметри порядку. Так називають величини, від яких залежать компоненти вектору стану системи і які, в свою чергу, впливають на параметри порядку [Аршинов, Буданов, 2002]. У синергетиці складна багатовимірна динаміка системи описується невеликим числом параметрів порядку, демонструючи просту поведінку. Відповідно до

принципу підпорядкування, параметри порядку детермінують поведінку окремих частин або елементів системи. Перевага опису поведінки складних систем шляхом визначення параметрів порядку і застосування принципу підпорядкування полягає в істотній редукції ступенів свободи, у величезному стисненні дискурсу. Разом з тим фокусування на фрагменті дозволяє розгорнути його згорнуту складноорганізовану модель, якщо вистачає знань в цій області.

У ході комунікації суб'єкти реконструюють трансльований дискурс іншого суб'єкта на основі аналізу інформаційних текстів. Контекстуальне розуміння інформаційного впливу призводить до того, що комунікативні процеси розглядаються як такі, що йдуть на двох рівнях: комунікативному і метакомунікативному [Бейтсон, 2000; Почепцов, 2001в]. На комунікативному рівні здійснюється передача текстів, на метакомунікативному – через модус переданого повідомлення відбувається взаємодія суб'єктів. Метакомунікативні процеси повинні співвідноситися з набором типів дискурсів комунікативної поведінки, прийнятих у даній соціальній структурі. Будучи знаковим текстом в соціальному тексті, інформація набуває свого значення тільки в контексті ситуації комунікації, в зв'язку з цим розуміння використання одиничного тексту неможливо без залучення інших текстів. У конкретній ситуації дискурс автора проявляється як в тексті повідомлення, так і в організації комунікації, тобто транслюється одночасно, забезпечуючи можливість множинних інтерпретацій дискурсу.

Існування двох рівнів комунікації передбачає контекстуальну невизначеність ситуації комунікації, співрозмовники в комунікації повинні спільно її долати. Реконструкція цілісного дискурсу автора в умовах різноманіття смислів має на увазі складність ментальної організації споживача інформації, здатного здійснювати такі реконструкції, і не завжди можна їх здійснити. Якщо сенс переданого повідомлення доступний

багатьом споживачам інформації, то набагато менше їх число може реконструювати цілі авторів інформації [Адамьянц, 2009].

На докомунікативній фазі комунікації споживач спирається на цілісний нормативний дискурс, що знаходиться в згорнутому стані. У комунікативній фазі комунікації споживач, використовуючи власний дискурс як інструмент аналізу дискурсу іншого суб'єкта, реконструює трансльований дискурс. Це призводить до ситуації «взаємодії» нормативного та реконструйованого дискурсів, до того, що на посткомунікативній стадії комунікації споживач конструює спільний дискурс. При його конструюванні споживач періодично спирається то на один дискурс, то на інший. «Блукання» споживача призводить до процесів його самоорганізації, коли інтегративний дискурс довізначається у ході аутокомунікації (комунікації в комунікації) споживача інформації.

Як зазначає Ю. Хабермас, справжня комунікація є механізмом координації взаємодіючих рівноправних соціальних суб'єктів, об'єднаних не тільки спільними потоками відомостей, а й єдиними нормами і цінностями, які регулюють процес обміну повідомленнями та їх загальне розуміння [Хабермас, 2000]. При цьому комунікація – це спосіб створення нової структури, а не тільки спосіб трансляції інформації [Луман, 2004]. Задаючи формат комунікації, споживач взаємодіє з інформацією, з автором інформації, з дискурсом автора інформації.

Інформаційний вплив як просування в процесі комунікації дискурсу одного з суб'єктів суспільства спочатку виявляється обмеженим у своїх можливостях. По-перше, дискурс споживача інформації конструюється не тільки в ході соціальних комунікацій. По-друге, в складноорганізованому суспільстві існує конкуренція дискурсів та їхніх носіїв в просторі соціальних комунікацій. Дискретність організації соціального простору передбачає суперництво соціальних суб'єктів за володіння таким дефіцитним (обмеженим) ресурсом, як місце на аренах артикуляції



публічного дискурсу [Хилгартнер, Боск, 2008]. Конкуренція соціальних суб'єктів автоматично обмежує можливості некритичного засвоєння дискурсів одного з них. Можна провести вдалу інформаційну кампанію, але якщо вона не буде підкріплена соціальною практикою і реальними досягненнями в житті суспільства, то ефективність подальших комунікацій буде утруднена. По-третє, в світі, що змінюється соціетальний дискурс як проект ідеального суспільства теж зазнаватиме змін. Синергетичне розуміння суспільства призводить до усвідомлення парадигматичної невизначеності цілей суспільного розвитку. Не існує якоїсь кінцевої мети, до якої можна прийти за певну кількість кроків (скоріше ця мета нагадує блукаючий аттрактор).

Інформаційний вплив як діяльність з просування дискурсу суб'єкта впливу організовується в контексті ситуації комунікації, здійснюється за допомогою комунікації і є метою суб'єктів комунікації. Ця діяльність здійснюється в ході соціальних комунікацій, які відтворюють суспільство і є частиною процесу його самоорганізації. Суспільство являє собою інформаційний простір комунікації, соціальний простір колективного суб'єкта комунікації (що включає і автора, і споживача інформації), дискурсивний простір узгодження імпліцитних цілей комунікації. Дискурсивна взаємодія суб'єктів суспільства має на увазі, що вони, реалізуючи в ході комунікації приватні цілі, конструюють спільний дискурс, який є частиною соціетального дискурсу. Відбувається «комунікація в комунікації», коли комунікація суб'єктів є частиною процесу відтворення соціетального дискурсу.

## **2.2. Смыслові трансформації розуміння комунікації в історичній перспективі**

Можна виділити два способи історичної реконструкції наукових праць. Перший – оглядовий аналіз, коли дослідник наводить список

доступних йому наукових теорій і пропонує способи їх типологізації (класифікації), виходячи зі спільності окремих конструктів різних теорій. Більшість існуючих оглядів в області соціальних комунікацій побудовані саме за таким принципом [Василькова, 2004; Гавра, 2011; Кужелева-Саган, 2006; Матяш, 2002; Назаров, 2003; Почепцов, 1998 та ін.]. Результат – список наукових напрямків (шкіл), який сприяє розбудові різних зв'язків між цими школами, їх взаємному збагаченню, виникнення «синтетичних» і виявлення нових, раніше не використовуваних, ресурсів у вивченні даного феномена і його похідних [Кужелева-Саган, 2006]. Разом з тим завжди виникає питання повноти списку наведених теорій, суб'єктивності критеріїв класифікації і, в кінцевому підсумку, значущості виділених шкіл і важливості критеріїв їх розрізнення для розуміння логіки розвитку наукового знання. Якщо наведені основні наукові школи, то не врахування окремих теорій в рамках цих шкіл буде призводити до ускладнень в розумінні логіки розвитку науки. Але якщо представники деяких напрямів з якихось причин поза досяжністю конкретного дослідника або в огляді не представлені нові теорії, у яких ще мало послідовників і їх внесок в розвиток науки ще не відрефлексований науковим співтовариством, то представлена загальна логіка розвитку носитиме локальний характер. З додаванням нових теорій вона може кардинально трансформуватися.

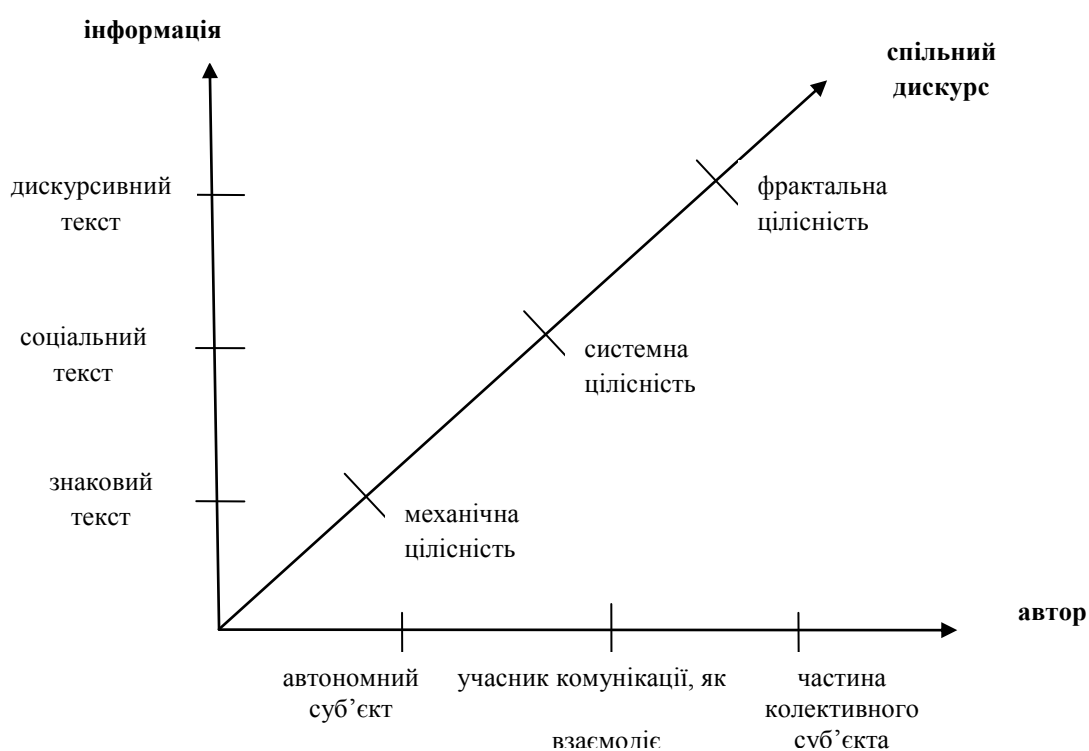
Другий спосіб історичної реконструкції наукових теорій – суб'єктивне задавання моделі розвитку теоретичного знання [Плющ, 2018b]. Дослідник спочатку пропонує історичну логіку розвитку теоретичних поглядів в даній галузі науки. Якщо в типовій класифікації кожна теорія відноситься до одного типу, то в даному випадку мета інша – побудувати простір, де ці теорії розміщуються. Позиціонування конкретних теорій буде ілюструвати загальну логіку розвитку наукових поглядів, і пропуск окремих теорій і навіть шкіл не настільки принциповий, якщо загальна канва викладу залишається зрозумілою. Разом з тим виникає питання про якість логіки

теоретичної реконструкції, запропонованої дослідником. Якщо врахувати, що кількість наукових теорій неухильно наростає (лише в семи американських підручниках по теорії комунікації налічується 249 різних теорій [Крейг, 2003]), то логіка історичного розвитку теоретичних поглядів в даній області все більше буде задаватися дослідником, виходячи з його методологічних поглядів. Якщо сконструйована модель відповідає логіці історичного процесу, то «знання деяких принципів легко компенсує незнання деяких фактів» [Гельвецій ...].

У рамках використовуваної синергетичної методології модель досліджуваного феномена задається в такий спосіб: описуються його конструктивні елементи, встановлюються їх взаємозв'язки в часі (на основі яких організується структура), вказується функція досліджуваного об'єкта в контексті ситуації вивчення (функція задається дослідником, виходячи з його розуміння). Синергетичне розуміння комунікації засновано на тринітарній моделі комунікації «автор – текст – читач», що йде ще від Аристотеля [Аристотель, 2000]. Ця модель розгортається дослідником в конкретну теорію, коли дослідник комунікації поміщає взаємодіючих за допомогою інформації суб'єктів в соціальний контекст, приписуючи їм якісь устремління. Комунікація розглядається як дискурсивна взаємодія суб'єктів суспільства, які відтворюють в комунікації фрагмент соціального дискурсу. Теоретична модель комунікації конструюється навколо розуміння дослідником взаємодіючих суб'єктів як цілого в просторі і в часі, виходячи з передбачуваної складності складових комунікації [Плющ, 2012а].

Розуміння комунікації як єдності, що складається з трьох компонентів – інформації, автора, споживача інформації, призводить до того, що теорії комунікації розміщуються в тривимірному просторі (рис. 2.2.1.). По одній осі простежується розгортання розуміння інформації – знаковий, соціальний, дискурсивний текст. По другій осі розгортається розуміння ролі автора інформації в комунікації – автономний суб'єкт; учасник комунікації,

який взаємодіє; автор, який є частиною колективного суб'єкта учасників комунікації. Споживач інформації розглядається як учасник комунікації, який після реконструкції дискурсу автора інформації конструює спільний дискурс комунікації. Відповідно до цього трактування, по третій осі розгортається розуміння складності організації спільного дискурсу – механічна, системна, фрактальна цілісність.



*Рис. 2.2.1.* Схема організації простору, в якому розміщуються теорії комунікації

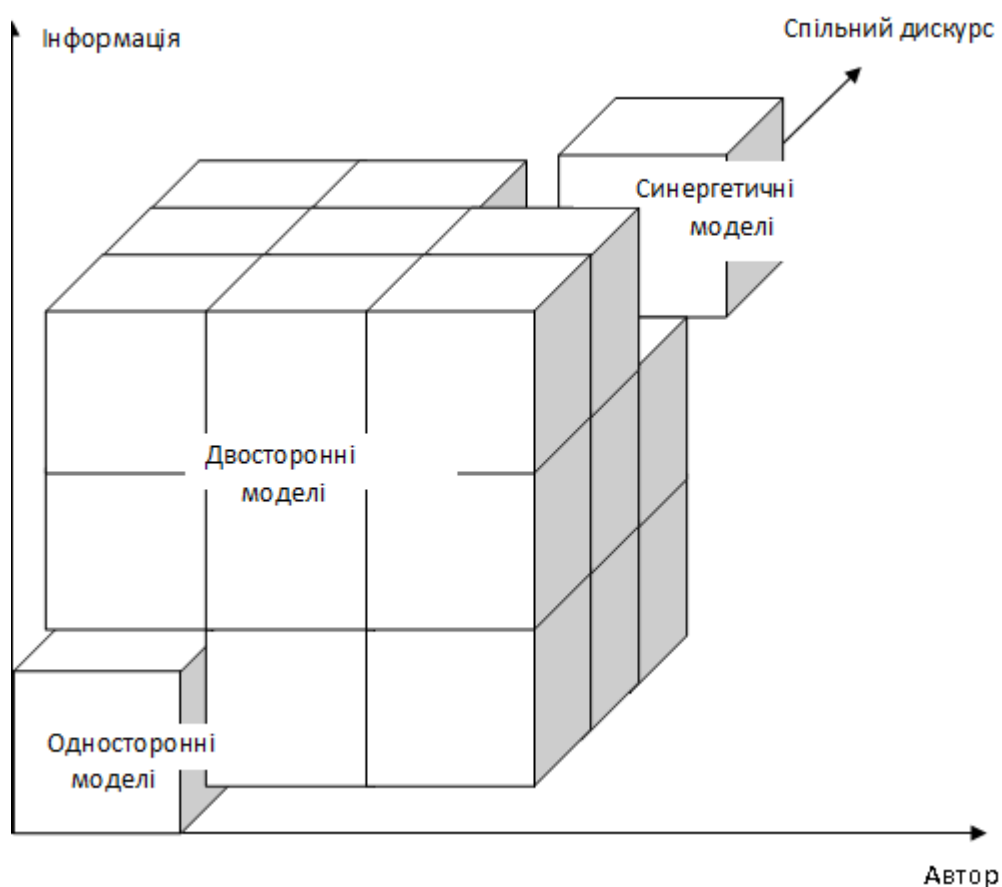
У першому наближенні модель розвитку теорій комунікації можна представити у вигляді тривимірної фігури, організації, що ускладнюється. Відзначимо, що виділені компоненти комунікації, в свою чергу, можуть деталізуватись. Тексти можуть мати різну складність організації. В якості суб'єктів, що беруть участь в комунікації, можуть розглядатися індивідуальні суб'єкти, групові суб'єкти, суспільство в цілому. Дискурс може замінюватися іншими уявленнями дослідника про організацію внутрішнього світу учасників комунікації.

З часом дослідники опановують більш досконалий інструмент теоретичного моделювання, коли на основі диференціації складових комунікації об'єднують їх в складні конструкції, конструюючи цілісні теорії. Як результат, внаслідок комбінування різних елементів і можливих способів їх з'єднання з'являється різноманіття можливих теорій. Завдяки технологічному розвитку суспільства з'являються нові носії інформації, вдосконалюються соціальні технології, що призводить до нового витка розвитку теорій комунікації.

Складність використовуваної в теорії моделі комунікації задається дослідником, виходячи з особливостей використовуваного інструменту аналізу в рамках передбачуваної методології. Задавши синергетичну методологію, при конструюванні моделей комунікацій будемо спиратися на три парадигми комунікації: суб'єкт-об'єктну, суб'єкт-суб'єктну, парадигму колективного суб'єкта. Під парадигмою будемо розуміти ряд припущень, універсально прийнятих в даній науці і постійно використовуваних при інтерпретації спостережуваних фактів [Нестеров ...]. Для кожної з цих парадигм можна виділити свій тип концептуальних моделей комунікації: одностороння, двостороння, синергетична (рис. 2.2.2) [Плющ, 2011с].

В рамках суб'єкт-об'єктної парадигми, відповідно до якої один з учасників комунікації розглядається як пасивний об'єкт впливу іншого, конструюються моделі, для яких характерна найменша складність організації складових комунікації. Комунікація здійснюється в фізичному вимірі простору життєдіяльності, її суб'єкти розглядаються як автономно діючі учасники одноразової дії, односпрямованого процесу відправки повідомлень у зовнішнє середовище або прийому повідомлень з зовнішнього середовища. Дотримуючись суб'єкт-об'єктної парадигми, дослідники конструюють моделі односторонньої комунікації, в яких суб'єкт передає певну інформацію, а об'єкт виступає в якості пасивного одержувача (приймача) інформації, який повинен її прийняти, зрозуміти (правильно

декодувати) і відповідно до цього чинити. Інформація передається тільки в одну сторону, тому в принципі не має великого значення, є приймачем людина або технічний пристрій, комунікатор розглядає реципієнта як об'єкт комунікативного впливу, засіб досягнення своїх цілей. Комунікатор нав'язує свою інформацію аудиторії, яка, як пасивний реципієнт повідомлень, в кінцевому підсумку не здатна відхилитися від запропонованого впливу. Комунікація постає як процес руху інформації, за аналогією з механізмами, які послідовно обмінюються інформацією по заданих каналах. Таке розуміння нівелює саме поняття комунікації людей, здатних ідеями збагачувати один одного.



*Рис. 2.2.2. Простір концептуальних моделей комунікації (ідея кубика взята з роботи Плющ С.М. Зв'язок особистісних та індивідуально-психологічних особливостей у розумовій стомлюваності: дис. ... канд. психол. наук. – К., 1998)*

Найпопулярнішою парадигмою, в рамках якої розробляється найбільшу кількість теорій комунікації, є суб'єкт-суб'єктна парадигма. Дослідження в дусі цієї парадигми починалися з суб'єктного підходу, коли в рамках односпрямованого впливу за одним з учасників, раніше аналізованого як об'єкт, стали визнаватися активність і вибірковість в ході цього процесу. Для дослідників, які дотримуються суб'єкт-суб'єктної парадигми комунікації, характерний розгляд безпосередньо взаємодіючих суб'єктів, чії контакти розглядаються в ширшому контексті, ніж просто передача інформації. Дослідник припускає, що детермінація поведінки суб'єкта може бути зумовлена не тільки його особистісними особливостями, а й впливом соціального контексту.

В рамках суб'єкт-суб'єктної парадигми дослідники конструюють моделі двосторонньої комунікації. У цих моделях комунікація зображується як двонаправлений процес соціальної взаємодії учасників комунікації, які займають різні соціальні позиції. Підкреслюється, що кожен з учасників впливає на хід цієї взаємодії, при цьому комунікація є не просто передачею-прийомом інформації, а спільною діяльністю, що передбачає наявність взаєморозуміння між учасниками [Матьяш, 2002]. Особливу увагу в комунікативній взаємодії приділяють проблемі генерування смислів, що дозволяють досягати спільного розуміння.

Якщо немає бажання і / або можливості зрозуміти дискурс іншого суб'єкта, то комунікація перетворюється в послідовність комунікативних актів. Тобто суб'єкт-суб'єктна парадигма починає являти собою варіант уже відомої суб'єкт-об'єктної парадигми, тільки розтягнутої в часі, в якій передбачається черговість впливів, коли спочатку одна сторона розглядається як суб'єкт, а інша – як об'єкт впливу, потім ці сторони міняються місцями. У зв'язку з цим можна пригадати одне з парадоксальних визначень комунікації: діалог – це розмова двох людей, які не розуміють один одного.

У рамках конструктивістських підходів відносини учасників комунікації розглядаються крізь призму історично і культурно локалізованих відносин між членами соціальної спільноти в контексті виконання ними своїх соціальних ролей [Бергер, Лукман, 1995; Джерджен, 2003; Московичи, 1998]. Сприйняття інформації детермінується як особливостями внутрішньої природи людини, так і впливом соціального середовища, в якій він перебуває. Ігнорування ролі соціального контексту в ситуації комунікації призводить до нерозуміння причин того, що «у сильного завжди безсилий винен» або чому в розмові двох суб'єктів «начальник завжди правий». Разом з тим не виключена ситуація, коли соціальний контекст не має вирішального значення, заявити про «голоного короля» зміг тільки незрілий суб'єкт, ще не включений в соціальну ієрархію.

У зв'язку з цим можливі два типи моделей двосторонньої комунікації: симетричні і асиметричні. У симетричних моделях вплив соціального контексту не враховується, комунікатори розглядаються як рівноправні суб'єкти, результати їх взаємодії зумовлені особливостями інформації і самих суб'єктів. В рамках асиметричних моделей передбачаються різні можливості впливу суб'єктів комунікації, обумовлені існуючою організацією соціального контексту.

Соціальна диференціація суспільства безпосередньо пов'язана з можливістю різної інтерпретації інформації: ситий голодного не розуміє, хоча і той і інший можуть розглядатися як суб'єкти. В умовах соціальної стабільності фактор безпосередньої групової приналежності істотно впливає на комунікативну поведінку людей [Гавра, 2011; Назарчук, 2009; Почепцов, 2001в]. Індивідуальні суб'єкти зазвичай дотримуються поглядів, норм, цінностей референтних груп, з якими вони себе ідентифікують, або орієнтуються на них. Вплив інформації зумовлено не тільки впливом на установки або знання реципієнтів, а й пропозицією приєднатися до певних інституційних стандартів сприйняття дійсності, еталонів поведінки,



культурних норм. Наявність або відсутність групових установок з приводу змісту інформаційних потоків, виражених в громадській думці, розглядається в якості важливого критерію здатності комунікатора впливати на думки і поведінку цільової аудиторії [Московичи, 1998; Ноэль-Нойман, 1996]. Це призводить до появи концепції «дворівневої комунікації», в рамках якої аудиторію складають лідери думок і звичайні споживачі інформації. На першому рівні взаємодії (ЗМІ – лідери думок) головною стає передача інформації особливій категорії впливових і активних людей через формальні канали комунікації. На другому рівні (лідери думок – споживачі) відбувається передача впливу, коли ці люди за допомогою міжособистісної комунікації передають сенс інформації членам своєї групи [Грачев, 2004; Почепцов, 2001в].

З огляду на те, що структури виробництва і поширення інформації є частиною соціальної інфраструктури, приходимо до розуміння як явної, так і прихованої соціальної зумовленості комунікації. За аудиторією визнається суб'єктність в плані вибору джерел інформації та відбору розповсюджуваних повідомлень, яка зводиться до селекції одержуваної інформації. Учасник комунікації має відносну можливість свободи дій в ситуації комунікації, але при цьому не обговорюється питання про його право на зміну соціальної організації за межами комунікації. Ідентичність суб'єкта, що дозволяє йому зайняти соціальну позицію, яка обумовлює ракурс інтерпретації інформації, задається набором існуючих в суспільстві референтних груп. У рамках суб'єкт-суб'єктної парадигми за суб'єктом комунікації визнається можливість активності в рамках комунікації, але не акцентується увага на тому, що організація комунікації зумовлена соціальною організацією суспільства.

Привабливість одного з дискурсів інформаційного простору може призвести до збільшення прихильників політичних суб'єктів, що спираються на цей дискурс, і, відповідно, може викликати зміни в політичній системі

суспільства. Тобто в рамках цієї парадигми суб'єкти комунікації можуть змінювати соціальний порядок, але за межами конкретної комунікації.

Процеси комунікації, зумовлені впливом зовнішніх чинників соціального контексту, які задають позиції учасників комунікації в соціальній структурі, стають залежними від позаситуативних цілей комунікаторів. Незважаючи на визнання активності суб'єкта і його інформаційної вибірковості в ситуації комунікації, як її учасник він залишається заручником соціального контексту, об'єктом зовнішніх впливів і вправного маніпулювання. Головною тут є проблема цілей сторони, яка впливає, боку і їх спрямованості. Суб'єкти, які здійснюють вплив, можуть бути переконані в користі наслідків впливу для інших суб'єктів (аналог об'єктного ставлення) або, задаючи привабливі проміжні цілі, приховувати ціну віддалених наслідків (об'єктне ставлення до нетямущого суб'єкту). Таке розуміння суб'єкт-суб'єктної парадигми є досить затребуваним і використовується для розробки конкретних, технологічних методів впливу, замінюючи відкритий диктат жорсткої сили прихованим м'яким примусом.

Для свого часу суб'єкт-суб'єктна парадигма була важливим етапом у розвитку уявлень про природу людини і стратегіях міжособистісного впливу. Разом з тим в інформаційному суспільстві, яке характеризується безперервно змінним соціальним контекстом, що призводить до постійного перевизначення ідентичності і відносності устремлінь особистості, її можливості виявилися обмеженими. В умовах соціокультурного різноманіття на перший план виступає парадигма колективного суб'єкта, коли суб'єкти комунікації розглядаються як частини цілісного співтовариства, комунікація розгортається в усіх вимірах соціального простору (обмін інформацією, розуміння смислів інших суб'єктів, конструювання спільних цілей) і результатом комунікації стає відтворення суспільства в нових умовах. Міжсуб'єктна комунікація розглядається не

тільки з урахуванням існуючого соціального контексту, а й в надситуативній перспективі, як інструмент консолідації соціуму.

У рамках цієї парадигми дослідники конструюють моделі синергетичної комунікації, в яких суб'єкти комунікації (індивідуальні та групові суб'єкти, суспільство в цілому), підкреслюючи, відстоюючи і зберігаючи цінність індивідуальних відмінностей, не ставлять під загрозу існування суспільства в цілому. Суб'єкти орієнтовані на розуміння іншого суб'єкта, що дозволяє інтегрувати культурні відмінності в цілісне світобачення, орієнтоване на реконструкцію призначення суспільства в нових історичних умовах. Споживачі інформації як представники якогось соціокультурного проекту стають не тільки рівноправними учасниками комунікації, а й співавторами соціетального дискурсу.

Наявність таких рефлексивних особливостей носіїв дискурсу, як усвідомлення себе частиною суспільства, можливість розуміння інших суб'єктів і необхідність конструювання спільного дискурсу, має на увазі складність ментальної організації суб'єктів. У складноорганізованому суспільстві розмиваються чіткі стратифікаційні параметри груп, соціальне дроблення нерозривно пов'язане із затвердженням фрагментарного, децентрованого способу мислення людей, коли їм вже більше не треба підлаштовувати свою ідентичність під наявні зразки, вони можуть вибирати власний фрагмент культурного простору, не озираючись на загальноприйняті стереотипи. Інформаційне суспільство якісно змінює проблему ідентифікацій, які стають більш короткочасними, оскільки люди приймають або відмовляються від будь-яких компонентів своїх ідентичностей швидше, ніж коли-небудь [Данилова, Ядов, 2004; Тоффлер, 2004]. Конструювання ідентичності стає зумовленим не тільки соціальним контекстом, але й ходом комунікації, в процесі якої відбувається довизначення ідентичності на основі дискурсивних практик [Крейг, 2003]. Одночасно перебуваючи в безлічі груп за інтересами, які можуть

використовувати різні дискурси, суб'єкти змушені постійно довізначати свою ідентичність, і результат самовизначення в рамках інтеграційного дискурсу не завжди можна передбачити заздалегідь. Саморозуміння з процесу вибору з постійного і певного списку ролей, запропонованого соціумом, стає процесом самоконструювання, зумовленого можливостями якості доступних дискурсів.

У синергетичних моделях комунікація задається не тільки як процес розуміння дискурсу іншого суб'єкта, але, в більш широкому сенсі соціокультурної взаємодії, і як процес узгодження дискурсивних практик соціальних суб'єктів, що складають суспільство. Теоретики культури, безліч представників соціальної філософії і теоретичної соціології розглядали комунікацію як спів-повідомлення культурних досвідів людства і досліджували її як основу соціальної саморефлексії і культурного самовідтворення суспільства [Бурдьє, 1993; Деррида, 2012; Леви-Стросс, 1994; Луман, 2004; Хабермас, 2003]. Також була запропонована ідея консенсуальної взаємодії систем, що самоорганізуються, в ході співпраці яких здійснюється взаємна підгонка як дій, так і способів життя [Матурана, 1995].

Конструйований соціетальний дискурс, що враховує в різному ступені дискурси різних співавторів, дозволяє суспільству організувати свою життєдіяльність. В умовах дискурсивного різноманіття, розвиненої системи соціальних комунікацій і безперервних змін умов життєдіяльності відбувається постійне оновлення прихильників того чи іншого соціального дискурсу. Це веде до нових способів організації соціетального дискурсу, а значить, до його корекції і, відповідно, до програм модернізації життя суспільства. Запускаються процеси кругової причинності, що дозволяють реагувати на зміни і в той же час зберігати спадкоємність розвитку, спираючись на засвоєний досвід попередніх поколінь.

Розглянуті парадигми комунікації передбачають поступове ускладнення організації її моделей (і їх конструктів), сконструйованих в рамках цих парадигм. На прикладі відомої моделі комунікації Г. Лассуелла (Хто? – Що? – Яким каналом? – Кому? – З яким результатом?) [Lasswell, 1948], в якій комунікація описується як лінійний і односпрямований процес, розглянемо зростання складності складових моделі в історичній перспективі, проілюструвавши допустимість нашого підходу.

**Хто?** Перші теорії починали будуватися навколо уявлення про процес комунікації як про вплив суб'єкта на об'єкт, комунікатора на реципієнта, маючи на увазі «один суб'єкт – один інтерес – одна комунікація» [Зарубежная ..., 2003; Назаров, 2003]. У соціально-диференційованому суспільстві виділяються спеціальні соціальні структури, зайняті виробництвом і трансляцією інформації, – засоби масової інформації (ЗМІ), до яких з плином часу додаються й інші суб'єкти соціальних комунікацій: рекламні агентства, прес-служби, структури «паблік рілейшнз» і т.п. Технологічний характер сучасних ЗМІ, що дозволяє випускати і тиражувати інформаційний продукт в гігантських масштабах, дозволяє уподібнити цю діяльність до масового виробництва, в якому очевидні поділ праці і складна організаційна структура, що припускає значне фінансове забезпечення [Черных, 2007]. В інформаційному суспільстві ЗМІ не є окремим самостійним елементом комунікації, вони взаємопов'язані з іншими організаціями та стають частиною виробничого комплексу з виробництва і трансляції смислів відповідно до цілей політичних суб'єктів, дискурси яких вони відтворюють. Парадоксально, але тільки на перший погляд, що, розглядаючи ЗМІ як «незалежні», опиняємося в рамках суб'єкт-об'єктної парадигми комунікації.

Мало того, що суб'єкт інформаційного впливу стає груповим, так ще й складність соціальної організації має на увазі одночасне існування різних дискурсів політичних суб'єктів, в рамках яких одна і та ж інформація може

отримувати різне трактування. Конкуренція в інформаційному просторі соціуму призводить до того, що класичні ЗМІ (газети, журнали, радіостанції, телеканали) взагалі перестають бути засобами масової інформації. Інформації стає стільки, що журналістика на наших очах перетворюється в засіб від масової інформації, в спосіб допомогти людині краще розбиратися в цьому нескінченно наростаючому потоці інформації [Черных, 2007]. В таких умовах ЗМІ виконують не стільки роль автора, скільки роботу редактора, конструюючи своє бачення фрагмента світу. Уміння подати матеріал своєму читачеві означає, що об'єктивність поступається місцем суб'єктивній авторській позиції, яка часто проявляється в емоційно забарвлених інтонаціях. Це може створювати ризики перетворення ЗМІ у механічного ретранслятора якогось соціального дискурсу, коли вони стають заручниками технологічних маніпуляцій політичних суб'єктів [Почепцов, 2005]. В якійсь мірі ці ризики нейтралізуються наявністю безлічі інформаційних джерел, орієнтованих на різні цільові аудиторії, що забезпечує підтримку плюралізму репрезентацій реальності і їх конкуренцію в інформаційному просторі.

В інформаційному суспільстві, коли комунікацію розуміють як невід'ємну частину життєдіяльності суспільства і його відтворення, суб'єктом комунікації виступає суспільство в цілому. Розгляд інформаційного впливу політичних суб'єктів як просування власного варіанту соціального проекту передбачає, що інформація циркулює від однієї частини соціуму до соціуму в цілому. Аудиторія через механізм зворотного зв'язку вносить свої корективи в первинний варіант соціального проекту, запропонованого їй в інформації. Тепер уже політичний суб'єкт є одержувачем інформації, і від його здатності зрозуміти сенс коректив, внесених спільнотою, залежать трансформації соціального проекту, який знову буде артикулюватися (трансляватися на суспільство) через комунікаційні канали. У звичному розумінні поняття «відправник» і

«одержувач» інформації втрачають сенс в зв'язку з тим, що споживачі інформації можуть ставати співавторами соціетального дискурсу.

В умовах інформаційного суспільства, коли протистояння політичних суб'єктів часто залежить не стільки від успішності соціальних практик, скільки від стану суспільної свідомості, сформованого в результаті комунікацій, ефективність політичного суб'єкта в інформаційній сфері розглядається як одна з умов реалізації соціального проекту. Це призводить до створення структур контролю та управління громадською думкою [Некляев, 2002]. При цьому політична комунікація розглядається як постійно діюча система інформаційних каналів і громадських інститутів, яка безперервно відтворює дискурс бажаного соціального проекту, своєчасно відображаючи інформаційні виклики інших політичних суб'єктів. Застосовувані інформаційні технології з використанням «незалежних» ЗМІ роблять можливим управління політичними процесами при мінімальному насильстві і кровопролитті, оскільки дозволяють вирішувати проблеми соціального управління шляхом контролю (конструювання) необхідного дискурсу, якого дотримуються індивідуальні суб'єкти [Тимофеева, 2009].

Можна простежити таку лінію розвитку поглядів на джерело (автора) інформації. Ускладнення організації соціальної дійсності веде до того, що індивідуальний автор починає розглядатися як частина виробничої структури трансляції інформації, яка на наступному етапі розгортається в комунікативну інфраструктуру соціуму, яка б відтворювала соціальні дискурси, в рамках яких індивідуальні суб'єкти конструюють власні програми життєдіяльності. Уявлення про комунікатора як про автономний суб'єкт впливу трансформуються в його розуміння як представника групи і розширюються аж до його осмислення як частини колективного суб'єкта, під яким мається на увазі суспільство в цілому.

**Що?** Основним інструментом інформаційного впливу вважається інформація, представлена у вигляді тексту, під яким розуміється окреме

інформаційне повідомлення, що моделює фрагмент дійсності [Зарубежная ..., 2003; Черных, 2007]. Сукупність інформаційних повідомлень, своєрідний інформаційний потік в просторі і часі, розглядається як метатекст. Він являє собою «текст другого порядку», який має структурну і/або ідейну єдність при всьому можливому його сюжетному і жанровому різноманітті [Лотман, 1998]. У поліцентричному суспільстві споживачі інформації одночасно знаходяться в багатьох інформаційних потоках. Сукупність усіх текстів, доступних суб'єкту, аналізується як самотутній інформаційний простір суб'єкта, який сприймається як гіпертекст. Гіпертекстове середовище мислиться як простір, орієнтований на множинні, одночасні потоки інформації, в якому «спів-розміщуються» тексти [Купер, 2000]. В інформаційному суспільстві комунікація здійснюється в умовах множинних, фрагментарних дискурсів, які постійно трансформуються, освоюючи нові формати [Бодрийяр, 2000]. Наявність в гіпертексті різноманітних дискурсивних практик створює конкуренцію дискурсів, затребуваних в суспільній свідомості, і дає можливість виробити загальний метадискурс, що включає в себе альтернативні дискурси. В історичній перспективі відбувається розуміння ускладнення форм організації інформації, коли від впливу окремого повідомлення (тексту) переходять до аналізу впливу сукупності повідомлень і від них – до впливу інформаційного простору в цілому.

Суспільство постмодерну кардинально змінює свій характер, цілі суб'єктів впливу зсуваються від експлуатації і отримання прибутку до досягнення панування за допомогою знаків і продукуючих їх систем, що дозволяють досягати тих самих результатів [Бодрийяр, 2006]. В інформаційному суспільстві чільним стає споживання не так предметів, скільки знаків [Деррида, 2012; Маклюэн, 2003; Почепцов, 1998], а домінантою інформаційної політики стає споживач як приймаюча ланка комунікативного ланцюжка [Есо, 1979]. Кінцевою метою інформаційного



впливу стає корекція ментальних структур адресата, пропозиція споживачеві в якості базової такої моделі світу, яка дозволить йому інтерпретувати події, що відбуваються в потрібному руслі і спонукати його до необхідних дій [Иссерс, 1999]. Відбувається переорієнтація маркетингової діяльності, коли виробник не виробляє товар під наявні на ринку очікування, а формує ці очікування, тобто основною маркетинговою стратегією стає «виробництво споживача», а не інформації [Котлер, 1996]. Інформація набуває сенсу на основі наявних поглядів, використовуваний дискурс задає психологічну реальність, в рамках якої суб'єктність споживача підпорядкована його дискурсу [Луман, 2005; Бодрийяр, 2000]. Постмодерністське розуміння інформації можливе лише в «дискурсивному полі культури», в її ставленні до інших текстів (включаючи зовнішню реальність і суб'єктивний дискурс читача), щодо яких вона могла б перевірятися, і «справжнє» знання про світ виступає як сукупність конвенціональних дискурсів [Емелин, 1998; Судас ...]. Тобто в ході комунікації відбувається не стільки обмін суб'єктів інформацією (текстами) і її смислами, як трансформація їх дискурсів, проявлених в інформації.

**Яким каналом?** Канали комунікації є не просто засобами передачі інформації, а представляють технологічну оснащеність суспільства, визначають можливі способи комунікації [Маклюэн, 2003]. Рівень розвитку суспільства зумовлює технології, використовувані в комунікаційній сфері, а ускладнення соціальної структури забезпечує споживачам розширюване поле вільного доступу до інформації щодо як технічних каналів (друк, радіо, телебачення і т.д.), так і соціальних, що пропонують різноманітні типи соціальних дискурсів. Впровадження нових інформаційних технологій, систем поширення і обробки інформації накладається на існуючий соціальний контекст, його організаційні структури.

У класичних моделях комунікації в її визначеннях імпліцитно закладався один канал інформації [Назаров, 2003; Грачев, 2004]. Усунення

впливу випадковостей в процесі передачі інформації передбачає її дублювання, для чого залучаються різні канали її надходження, що, в свою чергу, ускладнює аналіз комунікацій. Мережева комунікація як технічне нововведення не може розглядатися ізольовано від інших аспектів динаміки культури, які змушують переосмислити класичні уявлення про комунікації. Інтернет як децентралізована система комунікації, яка припускає безліч різних форм контактів, стає не тільки джерелом і каналом інформації, але і простором комунікації.

Соціальні комунікації все щільніше охоплюються мережею інформаційних технологічних стандартів, радикально змінюючи морфологію громадських зв'язків, заснованих на традиційних взаєминах [Назарчук, 2009]. В якості інтерактивного середовища інтернет відкриває принципово нові можливості комунікації і тим самим не тільки розширює інформаційний простір для політичних дискусій, а й конститує нові групи політичної громадськості, вага яких в мережі не завжди відповідає їх «реальному» вкладу в соціальні взаємини.

Розвиток інформаційних технологій відкрив нові можливості для нав'язування контролю над каналами інформації більш потужними в технологічному відношенні суб'єктами, що означає і контроль над комунікаціями. Виникає реальна можливість концентрації управління над інформаційним простором в руках досить вузького кола осіб, які мають перед собою завдання спрямованого впливу на масову свідомість і маніпулювання ним в політичних цілях. Завдяки інтернету соціальні рухи здобувають небачені раніше можливості для мобілізації і структурного зростання по мережевому принципу. Як наслідок можуть виникати нові форми соціальних організацій, які з віртуальної реальності цілком можуть перейти в реальний світ, змінюючи існуючий соціальний порядок (повалення легальних політичних режимів в результаті соціальних

катаклізмів в Північній Африці в 2011 р. можуть служити ілюстрацією цього твердження).

Соціальна зумовленість інформаційних технологій призводить до того, що розвиток суспільства і ускладнення соціальної організації ведуть до трансформації ролі каналів передачі інформації в комунікації. Початкові уявлення про отримання інформації по одиничному каналу змінюються розглядом безлічі послідовних і паралельних каналів отримання інформації. У поліцентричному суспільстві роль каналу – постачальника інформації зумовлюється організацією системи поширення інформації, що дозволяє дублювати надходження інформації. У децентралізованому інформаційному суспільстві суб'єкт занурюється в безперервно оновлюваний інформаційний простір, в якому він сам конструює способи отримання інформації, які довізначає в процесі комунікації.

**Кому?** У перших концепціях комунікації (автор – текст – читач) в якості споживача інформації розглядався індивідуальний суб'єкт. Ускладнення форм організації соціального життя призвело до вивчення впливу інформації на аудиторію, яка в рамках біхевіористської моделі розглядалася як сума розрізнених легко навіюваних людей, що представляють пасивних реципієнтів повідомлень [Назаров, 2003; Почепцов, 2001в; Грачев, 2004]. Поява концепції «дворівневої комунікації», розробленої в американській соціології, привела до розуміння, що міжособистісна і внутрішньогрупова комунікації опосередковують масову комунікацію [Брайант, Томпсон, 2004; Назаров, 2003; Почепцов, 2001в]. У такому трактуванні аудиторія розглядається вже не як сукупність окремих індивідів, а як об'єднання груп, що підтримують певних політичних суб'єктів, які функціонують в рамках політичної системи. Погляди на аудиторію як на суму розрізнених легко навіюваних людей змінюються поглядами на неї як на набір цільових аудиторій політичних суб'єктів, які не перетинаються. Аудиторія вже не утворює структуру пасивного прийому

повідомлень засобів інформації, як в попередніх моделях, а навпаки, спостерігається активна поведінка аудиторії, що орієнтується на дискурс референтних груп в плані вибору джерел інформації та відбору розповсюджуваних повідомлень. Мережева культура породжує нові форми взаємодії людей, які призводять до того, що від жорстких рольових визначень ідентичності, зумовлених накопиченим досвідом соціальних відносин і заданих безпосередньою ситуацією комунікації, суб'єкти переходять до мінливої невловимої множинної ідентичності, яка довізначається самим суб'єктом в процесі комунікації [Черных, 2007].

В інформаційному суспільстві індивідуальним суб'єктам, які одночасно можуть перебувати в безлічі груп за інтересами, доводиться постійно довізначати свою ідентичність, в зв'язку з цим аудиторія постає у вигляді рухомої структури індивідуальних та групових суб'єктів, які можуть змінювати свої політичні уподобання в форматі змінної реальності. З появою інтернету, мобільного зв'язку та інших лабільних засобів масової комунікації взаємозв'язок учасників комунікативного процесу стає не двостороннім, а багатостороннім, стирається диференціація ролей, споживачі інформації стають її співавторами, коли своїм ставленням змушують авторів вносити корективи в первинний варіант соціального проекту. В умовах соціокультурного різноманіття, плюралізму думок, відсутності монополії на «абсолютну істину» і безперервних соціальних змін відбувається постійне оновлення прихильників того чи іншого соціального дискурсу. Розповсюджувачі і споживачі інформації розглядаються як взаємовпливаючі сторони, як частини спільно конструйованого суспільства, яке безперервно змінюючись, зберігається в основних рисах.

Уявлення про аудиторію як про суму розрізнених індивідуальних суб'єктів, що є об'єктом впливу виробників інформації, замінюються уявленнями про аудиторію як про систему групових суб'єктів, які обирають

інформацію одного з дискурсів, що циркулюють в суспільстві. Подальші уявлення про аудиторію трансформуються в розуміння її і автора інформації як частин колективного суб'єкта, націленого на відтворення суспільства, і є співавторами трансльованого соціетального дискурсу.

**З яким результатом?** Дослідження комунікації спочатку ґрунтувалися на ранніх концептуальних уявленнях про масово-комунікаційні процеси, відомі під назвами теорій «чарівної кулі» і «підшкірної голки». Ці концепції виходили з припущення про величезні, практично необмежені можливості інформаційно-пропагандистського впливу на масову аудиторію, яка в плані відбору повідомлень поводить досить пасивно і, по суті, нагадує пацієнта в очікуванні, стан якого починає змінюватися після отримання дози лікарського препарату у вигляді ін'єкції [Брайант, Томпсон, 2004; Назаров, 2003; Почепцов, 2001а; Грачев, 2004]. Безпосередній прямий вплив масової комунікації на свідомість і поведінку людей вважався доведеним фактом, який пояснювали ефективністю знакової атаки на масу. Роль ЗМІ, які транслюють інформаційні тексти і виконують функції агента впливу, вважалася головною, формуючою свідомість і поведінку аудиторії. Надалі був відкритий особливий ефект ЗМІ, що дозволяє йому управляти інформаційними потоками і темами громадських дискусій, – формування «порядку денного», який полягав у тому, що ЗМІ не можуть змусити людей думати певним чином, але можуть вказати своїм слухачам, про що думати. Через ЗМІ з'являється можливість (завдяки перевизначенню проблем) створювати і нав'язувати свої уявлення, ідеали, оціночні найменування, класифікації [Бурдье, 1993].

У схемі односторонньої комунікації ефект від неї постає як кінцева і головна мета комунікації, проте повідомлення, які передаються по каналах зв'язку, аж ніяк не завжди призводять до очікуваного результату. Досвід емпіричних досліджень в Європі і США в 1940-і роки показав відсутність однозначного зв'язку між цілями комунікативного впливу і отриманими

ефектами. Модель Лассуелла в первинному варіанті не припускає наявності зворотного зв'язку, а тільки готує його завдяки визначенню результативності дій комунікатора. У загальному випадку, поява зворотного зв'язку не завжди означає двонаправлений процес, тому що в односторонній комунікації зворотній зв'язок міг бути тільки у суб'єкта впливу. Наслідком ідеї зворотного зв'язку стало розведення понять «результат» і «мета», які в попередньому розумінні були злиті воедино і отриманий результат завжди співвідносився з (єдиною) метою. Прихильники «теорій мінімальних ефектів» масової комунікації, розглядаючи споживача інформації як активного соціального суб'єкта, мінімізують ступінь безпосереднього впливу ЗМІ. Вони стверджують, що інформація, передана виборцю по каналах ЗМІ, лише підсилює вже існуючі установки і орієнтації, які сформувалися під впливом соціальних умов. ЗМІ не формують, а тільки підкріплюють політичну приналежність виборців, попутно виробляючи в них механізми вибіркового перегляду інформації, що стає значним бар'єром для успішної пропаганди.

Прибічники концепцій «сильного і мінімального впливу» ЗМІ сперечаються виключно про ступінь впливу на аудиторію, не заперечуючи сам факт існування такого впливу. Так чи інакше, все зводиться до знаменитого формулювання Б. Берельсона, запропонованого ним ще в 1950-ті роки: «певні види комунікації, привертаючи увагу певних груп людей до певних тем, за певних умов здатні певним чином впливати» [Berelson, 1951]. Інформаційний вплив каналами масової комунікації в більшості випадків здатен здійснити або закріплення вже наявних у респондента уподобань, або актуалізацію латентних уподобань, що призводить до уточнення невизначеної позиції, яка спочатку була у респондента, і лише в кількох випадках призводить до успішного переконання і переходу на протилежні позиції [Назаров, 2003; Грачев, 2004].

Тим часом за останні десятиліття стало очевидно, що ефективний вплив неможливий без моделювання смислового поля реципієнта, без урахування того, як люди сприймають і осмислюють навколишній світ [Почепцов, 2001а; Зарубежная ..., 2003]. Медійна комунікація конструє соціальну реальність за допомогою образів символічної реальності, в результаті відбувається змішання знакового і символічного рівнів відображення дійсності, відбувається характерна для постмодернізму підміна позначуваного тим, що позначає, реальності – знаком [Панарин, 2003а]. В інформаційному суспільстві можливість впливу все більше зміщується від політичних лідерів і організацій в сторону центрів виробництва уніфікуючих смислів, які оперують культурними кодами, вбудованими в соціальну структуру [Кастельс, 2000; Ковалев, 2007]. Для нав'язування своєї волі сучасному суспільству сьогодні використовується «тонший» інструментарій переконання за простий примус. При цьому новий тип переконання містить в собі все менше імперативів і все більше «зваблювання». У зв'язку з цим ЗМІ є якраз тим засобом, використовуючи можливості якого, можна примусити соціум до чого-небудь, причому в ненав'язливій, релаксаційній формі [Ковалев, 2007]. Сучасні електронні ЗМІ створюють можливість реципієнту самостійно вибирати джерела інформації, відповідно до смаків, сформованих у аудиторії. У рамках моделей синергетичної комунікації можливості інформаційного впливу залежать від сформованого в ході соціалізації ментального потенціалу, що дозволяє суб'єктам взаємодії будувати спільний дискурс на основі розуміння дискурсів інших суб'єктів.

Можна прослідкувати трансформацію поглядів на ефективність інформаційного впливу. Дослідники, задаючи соціальний контекст ситуації інформаційного впливу (або проектуючи стан суспільства, в якому вони знаходяться), неявно закладають спектр можливих результатів впливу. У централізованому суспільстві ЗМІ висловлюють панівний провладний

дискурс, будучи головним інструментом «обдурення» мас, задаючи зразки нормативного поведінки. Як наслідок, дослідники приходять до висновку про всемогутність ЗМІ у формуванні політичних уподобань громадян.

В умовах поліцентричного суспільства кожен політичний суб'єкт конструює власну версію «медіареальності», вибудовує свій сегмент інформаційного простору, з яким безпосередньо мають справу його прихильники. Тому просування дискурсу певного політичного суб'єкта може бути обмежено межами його цільової аудиторії. У зв'язку з цим дослідники можуть виявляти мінімальні ефекти інформаційного впливу. ЗМІ фокусують увагу на актуальних проблемах в значущих сферах соціального життя, які відрізняються в різних соціальних групах. Зі своєю цільовою аудиторією ЗМІ реалізують двосторонню комунікацію зі зворотним зв'язком: ЗМІ транслують те, що відповідає інтересам аудиторії, в свою чергу, аудиторія вибирає ЗМІ, які транслують інформацію, що відповідає її запитам. Конкуренція політичних суб'єктів призводить до того, що ЗМІ є не єдиним джерелом інформації і не єдиним агентом впливу. Внаслідок цього можуть спостерігатися відносні і непостійні ефекти інформаційного впливу.

Спираючись на модель синергетичного суспільства, дослідники розглядають комунікацію як безперервний процес конструювання суб'єктами спільного дискурсу, що відтворює фрагмент соціетального дискурсу. У ході комунікації суб'єкти реконструюють дискурс тексту повідомлення, метадискурс комунікації і задають цінність соціетального дискурсу. У різних вимірах соціуму результати комунікації виявляються як трансформація дискурсів індивідуальних споживачів, диференціація суспільства на прихильників того чи іншого дискурсу, інтеграція суспільства на основі спільного соціетального дискурсу.

На прикладі складових комунікації в моделі Лассуелла показано поступове ускладнення розуміння організації комунікації в історичній



перспективі. Розгляд окремих випадків комунікації двох ізольованих індивідуальних суб'єктів змінюється аналізом групових політичних комунікацій, аж до інтегративного розуміння соціальних комунікацій як процесу корекції соціетального дискурсу, спрямованого на конструювання життєздатного суспільства.

Можна виділити генеральну тенденцію в розвитку теоретичних моделей комунікації, коли опора на використання суб'єкт-об'єктної парадигми змінюється опорою на суб'єкт-суб'єктну парадигму, яка, в свою чергу, трансформується в опору на парадигму колективного суб'єкта. Разом з тим розвиток теоретичних уявлень про комунікацію не розглядається як лінійний приріст знання. Коли в стандартну схему взаємодії суб'єктів вводиться новий технічний носій інформації, опосередковуючий їхню комунікацію, наприклад, друк, радіо, телебачення, інтернет, вся комунікативна ситуація переструктурується з урахуванням вкладу цих конструктивних елементів в процес взаємодії. Окремі суб'єкти, що опанували технологічні інновації, можуть використовувати їх для просування власного дискурсу. Поширення інновацій призводить до того, що переваги оволодіння ними нівелюються і конструювання спільного дискурсу як цілі комунікації буде зумовлюватися парадигмою комунікації. Складність конструктивних компонентів комунікації не визначає використання її конкретної парадигми.

Розглянуті три типи концептуальних моделей комунікації є доповнюючими один одного. Використовуючи їх, дослідники послідовно змінюють фокус уваги. В одному з типів моделей основна увага приділяється технічним аспектам передачі наочної інформації, в другому – з урахуванням прихованого контексту комунікації, акцентується увага на питаннях соціального впливу в ході цього процесу. У третьому – з виходом за межі дослідження конкретної комунікації проявляється інтерес до вивчення суспільства, що трансформується в ході комунікації колективного суб'єкта, частиною якого є учасники комунікації. Кожен тип моделей

дозволяє вирішувати спектр певних завдань відповідно до рівня майстерності дослідника. Не можна не погодитися з думкою, що в будь-якому історичному періоді можна виділити генеральну тенденцію у використанні певного типу моделей, але в той же час існують численні дослідження, що спираються на інші типи моделей комунікації [Брайант, Томпсон, 2004].

Коло теорій інформаційного впливу, що спираються на суб'єкт-об'єктну парадигму, досить вузький, тому що для них характерно обмежене розуміння комунікації: розглядається вплив тільки інформації, фактично відсутній вплив контексту, цілі комунікації зумовлені заздалегідь. Теорій, що базуються на парадигмі колективного суб'єкта, теж не так багато в зв'язку з тим, що в них, навпаки, передбачається складність організації всіх складових інформаційного впливу: інформація розглядається як фрагмент соціетального дискурсу, колективний суб'єкт складно організований, цілі впливу приховані, до того ж можуть коригуватися в ході комунікації. Найбільша кількість теорій інформаційного впливу спирається на парадигму суб'єкт-суб'єктної комунікації, коли варіювання складових комунікації різної складності організації створює широкий спектр можливостей для їх з'єднання (див. мал. 2.2.2).

Історико-теоретичний аналіз передбачає теоретичне осмислення базових засад і основних підсумків розвитку теорій комунікації. Грунтуючись на парадигмах комунікації, виділені три підходи до вивчення її процесів, спираючись на які, можна пояснювати природу і закономірності інформаційного впливу. В рамках цих парадигм проаналізовано розширення контексту аналізу інформаційного впливу. Вплив інформації доповнюється впливом її автора і впливом дискурсу колективного суб'єкта, частиною якого є учасники комунікації. Тракткування ситуації інформаційного впливу як одиничного інформаційного впливу змінюється розглядом сукупності актів впливу, які переходять в безперервну взаємодію, що відбувається

послідовно, паралельно, циклічно. Намічені заздалегідь цілі інформаційного впливу припускають їх узгодження суб'єктами в ході комунікації і їх реорганізацію в змінюваному соціальному контексті комунікації.

Дослідники, які конструюють теоретичні моделі комунікації, діють в рамках соціального запиту, який задається науковому співтовариству соціумом. Існуюча організація соціуму в неявному вигляді проектується дослідниками як базис для використовуваної парадигми комунікації. Особливістю синергетичного розгляду комунікації як процесу узгодження соціетального дискурсу є те, що дослідники комунікації також виявляються учасниками процесу конструювання соціетального дискурсу. Вони відтворюють теоретичну модель сформованих практик соціальних комунікацій, спираючись на складність організації власних дискурсів. Фундаментальність їх теоретичних моделей комунікації зумовлена розумінням своїх позицій в складноорганізованому соціумі, точністю уявлень про проміжні атрактори розвитку конкретного соціуму і світової спільноти в цілому.

### **2.3. Соціально-психологічний ракурс розгляду процесів інформаційного впливу**

Для прояснення питання, наскільки інформаційний вплив може бути предметом соціально-психологічного аналізу, необхідно зрозуміти, яка предметна область соціально-психологічних досліджень. Існує широке розуміння предмета соціальної психології, коли підкреслюються особлива роль і значення «менталістських» утворень в поясненні соціальної поведінки людини [Андреева, 2007]. Становлення «Я» як цілісного психічного феномена є соціальним процесом, що відбувається всередині і поза індивідом одночасно. Цьому процесу властива особлива внутрішня фаза, яка стає можливою завдяки інтеріоризації суспільства людиною [Андреева,

2007; Бондарчук 2013]. Стверджується, що в індивідуальній свідомості годі й шукати жодної вищої психічної функції, що не існувала раніше в публічній діяльності тієї соціальної групи, до якої належить індивід [Выготский, 1999]. Таким чином, будь-яка людина не менше соціальна, ніж група або колектив, внаслідок чого і суб'єкт, і його психіка «з самого початку і завжди соціальні» [Брушлинский, 1994: 19], відповідно, і всі психологічні механізми за своєю природою є соціально-психологічними.

Аналіз суб'єкта як відкритої системи має на увазі наявність зовнішніх впливів, а, як вказує Л. С. Виготський, «для нас сказати про процес «зовнішній»- означає сказати «соціальний» [Выготский, 1983: 145]. У такому трактуванні соціальна поведінка людини також пояснюється дією виключно соціально-психологічних механізмів. Існує більш вузьке розуміння предмета соціальної психології, коли в його рамках вивчають інтеракції суб'єктів, в тому числі і індивідуальних [Касавин, 2008; Хабермас, 2000]. Такий аналіз зазвичай не включає в себе соціальний контекст взаємодії – систему суспільних відносин і соціальну структуру суспільства, і вивчення соціальних детермінант поведінки суб'єктів обмежується констатацією їх «взаємодії» [Андреева, 2007]. Орієнтація соціальної психології на реальні проблеми суспільства, заглиблення в психологію міжгрупових відносин забезпечують соціальний контекст досліджень. Звернення до вивчення психології групових суб'єктів конкретизує предмет соціальної психології [Андреева, 2007; Основи ..., 2008].

Узагальнюючи наявні підходи до вивчення інформаційного впливу, можна побачити, що під ним розуміється атрибутивна властивість комунікації, яка включає в себе три аспекти розгляду: (1) обмін інформацією в рамках (2) ситуативної взаємодії суб'єктів, (3) які переслідують власні цілі. Інформаційний вплив може бути описаний як сукупність процедур над моделями світу учасників комунікації, які ведуть до передачі знань від одного учасника до іншого [Баранов, 2001]. Разом з тим суб'єкт,

взаємодіючи відповідно до соціальних правил, прагне інтенціонально зв'язати себе з іншими, тим самим здійснюючи на них інтерактивний вплив [Касавин, 2008]. У будь-якому акті мовного спілкування комуніканти переслідують певні немовні цілі, які в підсумку впливають на діяльність співрозмовника [Блакар, 1987; Ван Дейк, 1989]. Р. Блакар стверджує, що висловитися «нейтрально» неможливо, оскільки навіть неформальна розмова передбачає «здійснення влади», тобто вплив на сприйняття і структурування світу іншою людиною [Блакар, 1987: 91].

Інформаційний вплив, що виявляється в діяльності суб'єкта комунікації, може бути розглянутий як соціальний текст, у якого є груповий автор (взаємодіючі суб'єкти), який реалізує власний задум (спільний дискурс, конструйований у ході комунікації). Цей вплив здійснюється за допомогою взаємодії суб'єктів, яка відбувається в соціальному контексті. Соціальні структури, які обмежують і направляють комунікацію, не володіють самостійним онтологічним статусом, а виникають і відтворюються в процесі комунікації завдяки навичкам і вмінням співрозмовників [Джерджен, 2003; Татенко, 2008]. Визнання інтеракціоністської природи інформаційного впливу призводить до того, що цей вплив автоматично стає предметною областю соціально-психологічного аналізу.

Синергетичний ракурс аналізу інформаційного впливу дозволяє розглядати його як діяльність з просування дискурсу суб'єкта впливу, що веде до засвоєння споживачем фрагментів трансльованого в інформації дискурсу. Соціально-конструктивістська традиція має на увазі, що дискурс структурований відповідно до паттернів, які зумовлюють діяльність людей в різних сферах соціального життя. Конструювання дискурсу будь-якого індивідуального суб'єкта соціально зумовлено: практикою (дискурс – «відображення» соціальної реальності), взаємодіями з іншими суб'єктами, власною організацією дискурсу, яка подібна до організації соціуму

відповідно до уявлень суб'єкта про соціум [Бергер, Лукман, 1995; Филлипс, Йоргенсен, 2004]. Реконструкція дискурсу автора інформації передбачає компетентність споживача, його вміння визначити інтенціональність повідомлення, шуканий результат, до якого прагне суб'єкт впливу, вступаючи в комунікацію, причому і на рівні усвідомлених цілей, і на рівні не завжди усвідомлюваних мотивів [Адамьянц, 2009; Акофф, Эмери, 1974; Дридзе, 1984].

Комунікація як взаємодія суб'єктів від самого початку є соціально-психологічним процесом. В рамках синергетичного підходу комунікацію розглядаємо як процес дискурсивної взаємодії суб'єктів. Ця взаємодія включає в себе аутокомунікацію споживача інформації, в ході якої він конструює вдосконалений дискурс, що містить фрагменти дискурсу автора інформації. У той же час комунікація суб'єктів є частиною аутокомунікації колективного суб'єкта (суспільства), в ході якої учасники комунікації (ре)конструюють соціетальний дискурс.

Інформаційний вплив суб'єктів комунікації передбачає затвердження конструктів пропонованого дискурсу в дискурсі іншого учасника комунікації, а в більш широкому контексті, коли учасники комунікації розглядаються як співавтори соціетального дискурсу, інформаційний вплив супроводжується трансформацією соціетального дискурсу. Дискурси групових суб'єктів артикулюють суспільству як соціальні проекти, суть яких полягає в пропозиції концептуальної моделі майбутнього улаштування соціуму, яка буде прийнята суспільством за основу. Ухвалення індивідуальним суб'єктом дискурсу одного з групових суб'єктів дозволяє залучити громадян до свідомої участі в діяльності з його реалізації. Лише отримавши суспільне визнання, дискурси можуть стати керівництвом до дії і привести до соціальних перетворень. Інформація перетворюється не просто в продукт, затребуваний суб'єктами суспільства, а в інструмент управління соціальною реальністю. Синергетичне розуміння процесів інформаційного

впливу передбачає аналіз комунікацій суб'єктів з урахуванням їх приналежності до різних групових суб'єктів суспільства, що пропонують власні цілі суспільного розвитку. Це має на увазі наявність у дослідника складноорганізованої моделі суспільства, що дозволяє йому (ре)конструювати процеси самоорганізації суспільства в історичній перспективі.

## Висновки до розділу 2

В рамках синергетичного підходу інформаційний вплив розглянуто як діяльність суб'єкта впливу з просування його дискурсу, яка організовується в контексті ситуації комунікації, здійснюється за допомогою комунікації і є метою суб'єктів комунікації. Показано, що комунікація суб'єктів є частиною процесу відтворення соціетального дискурсу, тобто є «комунікацією в комунікації».

На основі проведеного аналізу запропоновано спосіб конструювання простору, в якому розміщуються існуючі теорії комунікації. Організація цього тривимірного простору відображає різні аспекти впливу: інформаційні, соціальні, ментальні. Осі цього семантичного простору складають компоненти комунікації: інформація, автор, спільний дискурс.

Виділено три підходи до вивчення процесів комунікації, які спираються на різні парадигми комунікації. Для кожного з цих підходів характерний свій тип моделей комунікації: односторонні, двосторонні, синергетичні, що базуються на різних способах побудови колективного автора спільного дискурсу комунікації.

Розкрито, що синергетичний підхід, запропонований для аналізу інформаційного впливу, за своєю суттю є соціально-психологічним. Комунікація, в рамках якої здійснюється інформаційний вплив, як взаємодія суб'єктів з самого початку є соціально-психологічним феноменом. Наявний

у суб'єктів дискурс розглядається як результат соціалізації індивідуальних суб'єктів у конкретному соціокультурному середовищі, а дискурс, спільно конструйований суб'єктами в результаті інформаційного впливу, одночасно є і соціальним, і особистісним ментальним конструктом.



### РОЗДІЛ 3

## ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ СИНЕРГЕТИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

*Синергетичний підхід застосовано для визначення основних використовуваних понять: інформації, дискурсу, інформаційного впливу. Запропоновано схему просування дискурсу суб'єкта впливу.*

### *Представлення інструментарію теоретичного аналізу*

Інформаційний вплив, як і будь-який об'єкт наукового аналізу, може вивчатися з найрізноманітніших теоретичних позицій, причому запропоновані моделі багато в чому зумовлені тим, які методологічні положення складають основу того чи іншого підходу. Тому для початку окреслимо синергетичний контекст розуміння інформаційного впливу. Він дозволить обґрунтувати виклад логіки розвитку існуючих поглядів на природу інформаційного впливу і потім перейти до більш докладного викладу авторської концепції.

Однією із найважливіших методологічних проблем сучасних соціально-гуманітарних наук є високий ступінь поліфонічності базових понять і категорій. Аналіз наукових дискурсів завжди проводиться в межах певного дискурсу. Приступаючи до аналізу будь-якої проблеми, необхідно по можливості чітко окреслити смислове поле дослідження, прийняти якісь робочі визначення досліджуваного феномена. У нашому випадку це особливо важливо в силу надзвичайної смислової перевантаженості поняття інформаційного впливу, що вивчається в рамках різних наук (соціологія, психологія, герменевтика, журналістика, лінгвістика, комунікологія та ін.)

представниками різноманітних наукових шкіл [Брайан, Томпсон, 2004; Назаров, 2003; Почепцов, 2001в; Харрис, 2001, та ін.].

Наукова картина світу базується на неявному, «невисловленому» або «фоновому» знанні, що містить розуміння прихованого порядку світу [Бом, 1992; Полани, 1995; Поппер, 2004]. Наука в сучасному її стані позиціонується як область, в якій погляд на світ обов'язково опосередкований інструментом аналізу, що використовується імпліцитною теорією [Юревич, 2006]. Історико-методологічні дослідження показують, що не існує емпіричного факту поза якоюсь теорією, навіть суто емпіричні методи мають виражену зумовленість з боку теоретичних уявлень [Варшавер, 2008; Зинченко, Смирнов, 1983; Мазиллов, 2003; Петренко, 2002]. Вчені, які проводять психологічні дослідження, часто схильні в душі емпіризму вважати наївність спостерігача і неупередженість інтерпретатора умовою отримання об'єктивних результатів. У соціальних науках, на відміну від природничих, цілком очікувано додатково враховувати людський фактор, бо збір даних заснований на інтерпретаціях людини, яка бере участь в дослідженні і спирається на якусь «очевидну» для неї версію соціальної організації. Але і при цьому існує тенденція приймати прояви соціальних взаємодій як даність, забуваючи початковий дискурс дослідника і спільне соціальне конструювання результатів дослідження при їх опублікуванні.

Як зазначає С. Квале, соціальний факт – це соціальна конструкція, що виникає з конкретної, обраної технологічної точки зору на соціальний світ [Квале, 2003]. Соціальні конструкти, будучи договірними за своєю природою, не мають феноменологічного статусу, особливо для представника іншого соціокультурного досвіду [Бергер, Лукман, 1995; Дьякова, Трахтенберг, 1999]. Вітчизняні психологи також підкреслюють, що шляхи психологічного, як і будь-якого іншого, наукового дослідження завжди більш-менш усвідомлено визначаються тією теоретичною концепцією, яка лежить в його основі і задає побудову дослідження

[Дружинин, 1993; Забродин, 1990; Рубинштейн, 1959]. Постановка проблеми спирається не лише на виявлення неповноти наявного знання, а й на певне «передзнання» про спосіб подолання цієї неповноти [Зинченко, Смирнов, 1983]. Важливість загальної обізнаності при спостереженнях очевидна для безлічі різних областей, а передумовою валідної інтерпретації є знання предмета і наявність досвіду в досліджуваній області. Е. Гідденс зазначає, що інтерпретації вчених засновані на перед-інтерпретаційному значенні предметів, які вони розглядають. Він дає цьому підходу термін «подвійної герменевтики» як «метамови, створеної вченими в області соціальних наук» [Giddens, 1984: 374].

Наукове дослідження починається з вибору наукової парадигми, яка не може бути ні істинною, ні помилковою, а може бути прийнятною або ні до конкретних обставин [Варшавер, 2008; Мазілов, 2003]. Автори багатьох підручників з методології соціальних досліджень єдині в тому, що у дослідження повинен бути алгоритм, згідно з яким визначенню проблеми, переформулюванню її в дослідницьких термінах і наступному за ним формулюванню дослідницького питання передують етапи збору даних і їх аналізу [Василюк та ін., 2012; Юрлова, 2008; Ядов, 1995]. Таким чином, при побудові схеми аналізу необхідно враховувати, що різні трактування досліджуваного явища виявляються заручниками ментальних уявлень дослідника, що включають наявну у нього передтеорію, які зумовлюють складність конструйованої ним моделі. Не завжди усвідомлюється, що когнітивна складність теоретичних моделей, конструйованих дослідником, зумовлена складністю його ментальної організації, «складність (моделей) світу – в розумі дослідника». Від вибору наукової теорії залежать розробка тієї чи іншої стратегії наукового дослідження, використовуваний методичний інструмент і всі подальші кроки дослідника [Степин, 2000]. Разом з тим отримані результати, в свою чергу, можуть чинити

конструктивний вплив на передумови (базові підстави) використовуваної наукової теорії [Сивуха, 2007].

Використання трьох типів раціонального наукового пізнання (класичного, некласичного, постнекласичного), що відрізняються різним розумінням організації цілого, приводить дослідників до конструювання моделей різної складності [Степин, 2000]. Спостерігається історична спадкоємність цих типів наукового пізнання, розширюється вибір позицій дослідника (спостерігач, учасник, творець), змінюється роль контексту в аналізі функціонування досліджуваних об'єктів (автономний об'єкт, об'єкт і середовище, об'єкт як частина середовища), змінюються передбачувані способи організації об'єкта (статична структура, динамічна структура, самоорганізація).

Використання синергетичної методології передбачає усвідомлення дослідником труднощів, які його чекають. Конструювання синергетичної моделі передбачає вивчення трьох типів складності об'єкта – його внутрішнього устрою, функціонування в просторі буття, довизначуваної дослідником функції. Синергетична організація самого об'єкта передбачає виділення елементів, структури, концепції. Причому набір елементів може задаватися різними способами. Наприклад, під текстом може матися на увазі структура елементів відповідно до задуму; текст може являти собою сукупність знаків, автора, його ідею; або текст це знову ж знакова конструкція, читач, інтерпретація (деконструкція) тексту [Деррида, 2012; Дридзе, 1996; Лотман, 1998]. Крім досліджуваного об'єкта доведеться аналізувати контекст його функціонування в зв'язку з тим, що зміни контексту зазвичай припускають трансформацію структури об'єкта. Складність організації контексту, що передбачає «ієрархію контекстів всередині контекстів», спонукає науковців шукати пояснення у дедалі ширших сферах [Бейтсон, 2000]. Дослідник на основі історичної реконструкції функціонування об'єкта домислює функцію об'єкта в

метасистемі або задає призначення об'єкта, виходячи з власних установок. Володіння синергетичною методологією не означає автоматичне конструювання синергетичної моделі досліджуваного явища, в конкретному дослідженні вчений часто обмежений умовами проведення, поставленими завданнями і наявними ресурсами.

### **3.1. Синергетичний підхід до розуміння інформації**

Оскільки існує безліч підходів до визначення поняття «інформація», цілком природним виглядає бажання перед початком дослідження задати розуміння її сутності. У зв'язку з тим, що опора на синергетичну методологію передбачає наявність суб'єкта, цілком резонно, що дане поняття буде розглянуто як «інформація суб'єкта». Здійснимо невеликий історичний екскурс, простежимо становлення і розвиток наукового поняття «інформація», яке йшло в трьох основних напрямках: технічному, семантичному (смысловому), практичному [Мамчур, 2014; Урсул, 2010; Чернавский, 2004].

Поява сучасних теорій інформації була викликана бурхливим розвитком в ХХ ст. засобів зв'язку (радіо, телефону, телеграфу, телебачення), і починалися вони з робіт К. Шеннона, опублікованих в кінці 40-х років [Shannon, Weaver, 1949]. Ці теорії дозволяли ставити і вирішувати завдання про оптимальне кодування переданих сигналів з метою підвищення пропускної спроможності каналів зв'язку, підказували шляхи боротьби з перешкодами на лініях і т.д. В теорії К. Шеннона під інформацією розумілися повідомлення (з зовнішнього світу), які зменшують невизначеність у одержувача цього повідомлення, коли відбувається вибір однієї з кількох можливостей. На перший план висувається ідея коду і каналу передачі інформації, а кількість інформації, що характеризує дане повідомлення, визначалася безліччю всіх можливих повідомлень і їх

ймовірностей незалежно від їхнього змісту. Інформація виникає лише в своїй зовнішній оболонці, яка представлена синтаксичними відносинами знаків. Таке розуміння призводить до атрибутивної концепції інформації, в рамках якої вважається, що інформація, будучи частиною фізичного світу на зразок енергії або речовини, властива всім фізичним процесам і системам. Досить поширеним є і такий варіант інтерпретації атрибутивного підходу, при якому допускається, що інформація може існувати лише в одній синтаксичній формі, для неї не обов'язкові семантичні і прагматичні характеристики, які виникають пізніше, в ході біогенезу [Информационный ..., 2010]. Концепція інформації К. Шеннона відповідала потребам свого часу, прагненню до чіткого математичного опису її кількісних характеристик. Кількість інформації дозволяє оцінити кількість знаків, достатню для кодування переданої інформаційної моделі. При цьому відбувається абстрагування від змісту переданої інформації. Під інформацією розуміється все, що може бути передано по каналах зв'язку від джерела до одержувача, що володіє кількісними характеристиками, які дозволяють передавати різні знаки, сигнали, відомості як живими організмами, так і машинами, смисловий зміст інформації, її ціннісні характеристики при цьому практично не враховувалися.

Другий напрям являє собою дослідження змістовної сторони інформації, її якісного аспекту. У зв'язку з тим, що знакові структури мають певний сенс, загальний для відправника і одержувача, то отримана інформація співвідноситься з інформацією, наявною в одержувача, і виникає завдання їх співвіднесення [Шрейдер, 1965]. Акцент робиться на властивостях приймача, що сприймає і накопичує інформацію, і на оцінці її семантичного (сміслового) значення, а питання про канал передачі інформації йде на другий план. Основна ідея полягає в тому, що семантичну інформацію, сприйняту даною системою, можна оцінювати за ступенем

зміни власної семантичної інформації, що міститься в системі, за рахунок накопичення зовнішньої інформації.

Цей етап теоретичного розширення поняття інформації пов'язаний з кібернетикою – наукою про управління і зв'язки в машинах, живих організмах і суспільстві [Дубровский, 1996]. У кібернетиці підхід К. Шеннона доповнювався принципом єдності інформації і управління, який особливо важливий для аналізу суті процесів, що протікають в самоврядних, самоорганізованих біологічних і соціальних системах. Концепція, розвинена в роботах Н. Вінера, заснована на бінарному мисленні. Система організована з структур переробки інформації та структур управління, кожна з яких, в свою чергу, вже влаштована ієрархічним чином. У даній концепції передбачається, що інформація, отримана від джерел первинної інформації (сенсорних рецепторів), перетворюється деяким центральним пристроєм переробки інформації і передається в систему управління. У цій системі інформація передається на периферію в ті ділянки, де вона (інформація) сприймається елементами системи як наказ для виконання тієї чи іншої дії. Після здійснення самої дії сенсорні рецептори готові до передачі інформації про ситуацію, що змінилася, для виконання нового циклу управління. Так організовується циклічний алгоритм циркуляції інформації та управління в системі. При цьому важливо, що інформація існує в двох формах – інформація зовнішнього світу і внутрішньосистемна інформація, а під інформацією розуміється «позначення змісту, отриманого з зовнішнього світу в процесі нашого пристосування до нього і пристосування до нього наших почуттів» [Wiener, 1948]. В рамках кібернетичної концепції внутрішньосистемна інформація розуміється як певне знання, що має одну ціннісну міру по відношенню до зовнішнього світу (семантичний аспект) і іншу по відношенню до одержувача, накопиченого ним знання, його пізнавальних цілей і задач (прагматичний аспект) [Гришкин, 1973].

Третій напрям розуміння інформації пов'язаний з вивченням прагматичного аспекту інформації, який визначається її користю. Повідомлення, передане одержувачу, інформативне, якщо воно виявляється значущим для нього і змінює його «цілеспрямований стан» [Акофф, Эмери, 1974]. Передбачається, що у суб'єкта існують намічені цілі, до яких він прагне, і є альтернативні шляхи неоднакової ефективності для їх досягнення. У прагматичних концепціях саме аспект впливовості інформації є центральним, що призводить до необхідності враховувати ті якості інформації, які визначальним чином впливають на поведінку самоорганізованих, цілеспрямованих кібернетичних систем (механічних, біологічних, соціальних) [Мамчур, 2014].

Синергетичне розуміння інформації відповідає історичній логіці розвитку наукових уявлень про природу інформації. Розглядаючи інформацію (суб'єкта) в контексті його комунікації як модель фрагмента дійсності, виділяємо три виміри інформації. У фізичному вимірі мається на увазі існування матеріального (видимого для іншого суб'єкта) носія інформації – знакового тексту. У соціальному вимірі інформація (текст) містить потенційний (неявний) сенс, прихований для суб'єктів, що не володіють правилами інтерпретації знаків тексту. Інформація, виступаючи в якості інструменту досягнення цілей автора, розгортається в ментальному вимірі, якщо споживач інформації здатний реконструювати автора і його цілі.

Інформація надходить до суб'єкта в текстовій формі. Природа організації інформації подібна до природи організації знакового тексту, який розглядається як вербальна система, що представляє сукупність знакових одиниць; простір смислів, що розкриваються при інтерпретації структурних елементів тексту; інструмент для реалізації в комунікації цілей суб'єктів [Гальперин, 2004; Дридзе, 1984; Лотман, 1998]. Тексти повідомлень фіксовані і доступні для безпосереднього спостереження, в той



час як віднайдені реципієнтами смисли не фіксовані, не спостережувані і невловимі [Брайант, Томпсон, 2004; Харрис, 2001]. Умовно кажучи, в тексті немає смислів, вони привносяться читачем, проявлений сенс з'являється в тому випадку, коли читач і автор мають спільну мову, спільний спосіб розуміння, спільний погляд на дійсність. Оскільки текст є частиною комунікаційного процесу, то він має свою функцію, своє призначення відповідно до цілей комунікатора, будучи інструментом для реалізації його планів. При цьому саме поставлена задача, яка є продуктом цілеспрямованої діяльності учасників комунікації, визначає інформаційний зміст, вибір якого не буває випадковим [Адамьянц, 2009; Дридзе, 1984; Лакофф, 2004; Матвеева та ін., 2002]. В теоріях комунікації трьома вимірами інформації (і тексту) відповідають три аспекти загальної семіотики: синтактика (знаки), семантика (значення) і прагматика (дії в ситуації комунікації) [Гальперин, 2004; Кашкин, 2000; Степанов, 1985].

Зазвичай в якості основних одиниць аналізу текстових структур використовують автономні цілісні конструкти: знак, слово, текст [Лотман, 1998; Гальперин, 2004]. Ці одиниці відрізняються різною природою організації цілісності: знак являє собою синкретичну цілісність, слово – системну, текст – синергетичну. Розглянемо базові одиниці вербальної інформації спільно з фрагментами середовища їх функціонування: знак в контексті, слово зі своїм оточенням, текст як частину сукупного тексту, як репліку в комунікації.

Знаки є згорнутою в одну конструкцію цілісною системою уявлень про певний фрагмент світу, накопичених в культурі соціуму і засвоєних суб'єктом (таке розуміння приводить до того, що в якості знаку можуть виступати не тільки букви, але й слова, тексти). Ця система уявлень перебуває в постійному розвитку, так само, як і індивідуальний суб'єкт, і культура соціуму. Фундаментальними в семіотиці є принципи «умовності» і «диференціювання значень» будь-якого знаку [Реформатский, 1996]. Це

означає, що знак не має безпосереднього значення, але спрямований на значення. Його семантичне наповнення умовне, тому у відокремленому знаку для стороннього спостерігача сенсу немає (точніше, він не може його реконструювати в рамках своїх уявлень), але сенс може бути для групи людей, пов'язаних загальною культурою, тобто тих, хто поміщає цей знак в контекст знань своєї культури.

З накопиченням знань, які передбачають моделювання складноорганізованих об'єктів дійсності, в кожній культурі виробляються аmodalні знакові одиниці (наприклад, літери). У цьому випадку знак набуває сенсу тільки в контексті свого найближчого оточення, коли в сукупності з іншими знаками він становить одиницю сенсу, носієм якого зазвичай розглядається слово (а може і словосполучення, і синтагма, і ціле речення, і абзац, і весь текст) [Лотман, 2000; Рецкер, 2010]. У ситуації комунікації слово конкретизує велику інформацію, що міститься в ньому, скорочуючи її обсяг до комунікативного мінімуму, який зазвичай становить одне лексичне значення [Виноградов, 2001]. Мова як така взагалі можлива тільки за наявності певного переліку загальноприйнятих значень слів, зафіксованих в «тлумачних» словниках. Тезаурус будь-якої мови є списком феноменів, доступних сприйняттю цієї культури, зміни в світі призводять до зміни мови, і, навпаки, змінюючи формулювання, ми потрапляємо в інший суб'єктивний світ.

Фактично в комунікації немає слів з простими денотативним значеннями, тобто зі значеннями універсальними, зрозумілими для всіх. Будь-яке слово, втягнуте в масову комунікацію, починає функціонувати як полісемічне, обростаючи новими конотаціями. Множинність інтерпретацій будь-якого поняття добре відома лінгвістам [Кобозева, 1986] і частково представлена в тлумачних словниках. У них зазвичай вказуються і області найбільш ймовірного вживання конкретних значень. У тексті слово набуває конкретного значення тільки в якомусь контексті, при цьому жодне слово з

цього фрагмента тексту може не мати вихідного значення, яке воно мало в момент початкового «буквального» прочитання. Полісемія не руйнує тотожності слова, яка розглядається як цілісна, але багатозначна одиниця мови. Саме в силу багатозначності слів, викликані індивідуальним досвідом і складністю когнітивних структур, ми можемо висловити невичерпну кількість відтінків їхнього змісту.

Конкретний зміст може виражатися і іншим словом, наприклад, синонімом, виходячи із завдань комунікації. Слово існує в досвіді (і тезаурусі) суб'єкта як дискретний спектр значень, але синергетичний розгляд слова разом з контекстом, що надає йому значення, задає сенс слова як фрактальної області в семантичному просторі соціетального дискурсу. Нові словники синонімів відображають цю ситуацію, коли значення слів задаються не перерахуванням ряду дискретних значень (і наведенням ситуацій застосування), а описом синонімічних рядів, в рамках яких і розгортаються значення в конкретних ситуаціях [Новый ..., 2003]. Семантика слова, як різноманіття смислів, проявляється не тільки в знакових формах репрезентації слів, а в їх семантичній системній організації, доступній досить зрілому індивідуальному суб'єкту, здатному відтворювати смисли, нагромаджені в культурі і приписувані їх знаковому відтворенню.

В основі набуття сенсу лежать три елементарні функції, які полягають у тому, щоб назвати предмети реального світу (номінація), привести їх назви в зв'язок один з одним (предикація), локалізувати назви в просторі і часі (локація) [Степанов, 1985]. Ці функції ми будемо враховувати в ході наступних міркувань. Сенс слів в конкретній ситуації виявляється в залежності від текстуального контексту, в якому виявляються ці слова, що викликає у свідомості додаткові властивості, ознаки, зв'язки. Тим самим створюються узагальненість і об'ємність значення слова, можливість оперувати простором значень, використовувати взаємозамінні слова

(описувати ситуацію, а не предмет). У той же час слова як одиниці сенсу мають власну складну семантичну організацію (як області семантичного простору) і в деяких ситуаціях можуть виконувати функції тексту, виявляючи комунікаційні наміри респондентів.

Зміни соціального контексту ведуть до того, що частина понять, як і охоплених ними явищ, йде з активного вживання і/або може залишитися в якості термінів, які демонструють особливості минулого соціального устрою, а частина понять набуває нових відтінків значень, завдяки новому зміненому соціальному контексту. Якби сенс слів, семантичний простір їхніх допустимих значень не розширювався, доводилося б придумувати безліч нових, а так звичні поняття починають використовуватися для позначення нової соціальної реальності [Гусельцева, 2010]. Вживання слова в тексті може не тільки задавати область семантичного простору і розкривати зміст тексту, а й локалізувати соціальну позицію автора у часовій перспективі. Наприклад, розуміння слова «будинок» в сенсі сімейного гнізда. Сільська хата батьків, студентська «общага», орендоване житло, зароблена квартира, замський будинок – це можливе тимчасове розгортання сенсу поняття «будинок» в свідомості однієї людини протягом її життя. Якщо, виходячи з контексту, зрозуміло, про який «будинок» у тексті йдеться, то можна судити про те, який життєвий період героя мається на увазі. Коли рефлексивні процеси суб'єкта розгортаються в життєвій (тимчасовій) перспективі і виходять за межі реперних (вузлових) точок життєдіяльності, тоді і з'являється можливість усвідомити і відчутти смислові зміни, що відбуваються, і переосмислити свою історію життя, по-новому розставивши смислові акценти. Суб'єктивний сенс слова в тексті, який розуміється, дозволяє реконструювати соціальну позицію автора в ситуації комунікації з читачем, для чого необхідне знання передісторії подій.

Як вже зазначалося вище, текст може виступати і в якості знака, і як носій смислів, що розкриваються через інтерпретацію його змісту. З

синтаксичної точки зору, текст є безліччю елементів (пропозицій, висловлювань, композиційних елементів будь-якої знаково-символічної системи), пов'язаних один з одним обраними автором структурними відносинами, характерними для знакової системи даного типу [Кузнецов, 1999]. Значення елементів тексту в зв'язку з існуванням різних способів його структурування визначається різноманітними контекстами, породжуючи як безліч можливих тлумачень частин тексту, так і його самого в цілому.

Розуміння сенсу тексту також відбувається в трьох вимірах, що розгортаються; це найлегше простежити на прикладі художнього тексту. Осмислення подій, що відбуваються в тексті, має на увазі акцентуацію на події тексту, коли канва подій, що відбуваються в тексті, є наріжним каменем уваги. Конструюється текстовий вимір семантичного простору художнього тексту. При цьому читач по відношенню до подій тексту займає позицію стороннього спостерігача. Якщо зміст тексту проектується на суб'єктивно значущі сфери життєдіяльності читача, то події в тексті поміщаються в інший контекст (історичний і/або соціальний), у зв'язку з чим вони стають символом іншої (позатекстової) реальності. Інтерпретації тексту відбуваються в рамках дискурсу суб'єкта, який локалізує себе в часі (в історичному контексті) і вибирає в ньому соціальну позицію для розуміння подій, що відбуваються. Конструюється комунікаційний вимір семантичного простору художнього тексту, який є інструментом комунікації читача і автора. Інтелектуальна і соціальна компетентність читача зумовлює широту можливих тлумачень і розуміння можливої езопової мови автора. Дискурсивний вимір змісту тексту передбачає аналіз комунікації автора і читача, але не з приводу змісту тексту, а в зв'язку з задумом його автора. Прикладом розуміння цілей комунікації може служити те, що читання Біблії, в кінцевому підсумку, має на увазі прихід до Бога (навернення), а не тільки розуміння смислів тексту цієї книги.

Інформація, в свою чергу, може бути складноорганізованою. В якості елементарної синкретичної інформації може виступати текст (одиничне повідомлення), що моделює фрагмент дійсності в обмеженому просторі і часовому проміжку з імпліцитно заданим автором. Інформація системної організації представлена сукупним текстом (метатекстом), який утворюють окремі тексти, згруповані за різними підставами (в просторі, в часі, за авторством). Прикладом можуть служити інформаційні кампанії, коли кожен текст набуває свого значення тільки в ряді інших текстів. Інформаційний простір (гіпертекст) є прикладом інформації з фрактальною організацією, коли суб'єкт (індивідуальний, груповий, суспільство в цілому) конструює загальну мозаїчну картину світу з доступних йому текстів відповідно до своїх інтересів. У загальному випадку організація інформаційного простору суспільства відтворює організацію соціуму на основі властивого йому соціетального дискурсу.

Інформаційний простір розгортається в наступних вимірах: як сукупність інформаційних текстів ЗМІ (рис. 3.3.1), як частина соціальних комунікацій суб'єктів (рис. 3.3.2), що є частиною процесу конструювання дискурсу (рис. 3.3.3). Інформаційний простір споживача включає в себе простір безпосередньо доступної йому інформації. В ході соціальних комунікацій відбувається ускладнення організації семантичного простору суб'єкта: збільшується кількість соціальних позицій суб'єкта, на основі яких конструюються моделі дійсності. Це, в свою чергу, дозволяє апроксимувати межі картини світу в рамках багатовимірних моделей. Конструювання спільного дискурсу передбачає опору на дискурс індивідуального суб'єкта, коли цей суб'єкт перевіряє адекватність будь-якого дискурсу, його відповідність життєвим реаліям, використовуючи власні критерії, вироблені в процесі соціалізації. Інформаційний простір можна розглядати як текст дискурсів суб'єктів суспільства, доступних споживачеві інформації.

Авторами цього тексту можуть виступати: сам споживач, суб'єкти, які беруть участь в комунікаціях з ним, суспільство в цілому.

Ускладнення організації інформації – від знаку в контексті до слова в контекстах, а від нього – до тексту в тексті, коли кожен новий конструкт «прочитується» (набуває сенсу) в контексті іншого, а їх сукупне значення підтримується взаємним зв'язком всіх елементів, дає можливість створювати на основі інформації різноманітні семантичні моделі дійсності. Сприйняття інформації у ході комунікації дозволяє суб'єкту реконструювати смисли, закладені в її зміст. Кожен матеріальний елемент інформації (знак, слово, текст), розглянутий в контексті, містить в собі потенційну можливість розгортання семантичного простору в зв'язку з тим, що він позначає його фрагмент і може служити конструктивним елементом його змісту. Разом з тим складність організації цих елементів може задавати складність організації семантичного простору, а логіка вживання цих елементів може вказувати на цілі автора. Тобто на основі використання деяких конструктивних елементів змісту інформації можна реконструювати фрагмент дискурсу, який відображає його цілісну структуру і концепцію і дозволяє зрозуміти задуми автора інформації.

Інформацію розглянуто як складову частину комунікації, в якій вона постає у вигляді фізичного носія, способу організації взаємодії суб'єктів, інструменту реалізації цілей її автора. Поняття «інформація» виникає в рамках аналізу комунікації суб'єктів, коли вона є реплікою в комунікації. Інформація у вигляді цілісного (знакового) тексту є елементом взаємодії суб'єктів (соціальний текст) і артикульованим фрагментом дискурсу автора (дискурсивний текст). Вона розглядається як послідовність знаків, яка має сенс у рамках цілей суб'єкта в комунікації. При цьому, умовно кажучи, знаки, смисли і цілі не стільки в самій інформації, скільки в «голові» у споживача, здатного їх (ре)конструювати. У загальному випадку інформація представляє собою явний контент (знаковий зміст), тобто контекст (що

дозволяє реконструювати смисли тексту), завуальований дискурс комунікації (в якому намічені цілі використання інформації. Інформація є фрагментом дискурсу суб'єкта впливу, в якому імпліцитно міститься спосіб комунікації суб'єктів, що спирається на спільність використовуваного ними соціетального дискурсу. Це передбачає можливість взаєморозуміння контактуючих суб'єктів і конструювання ними спільного дискурсу.

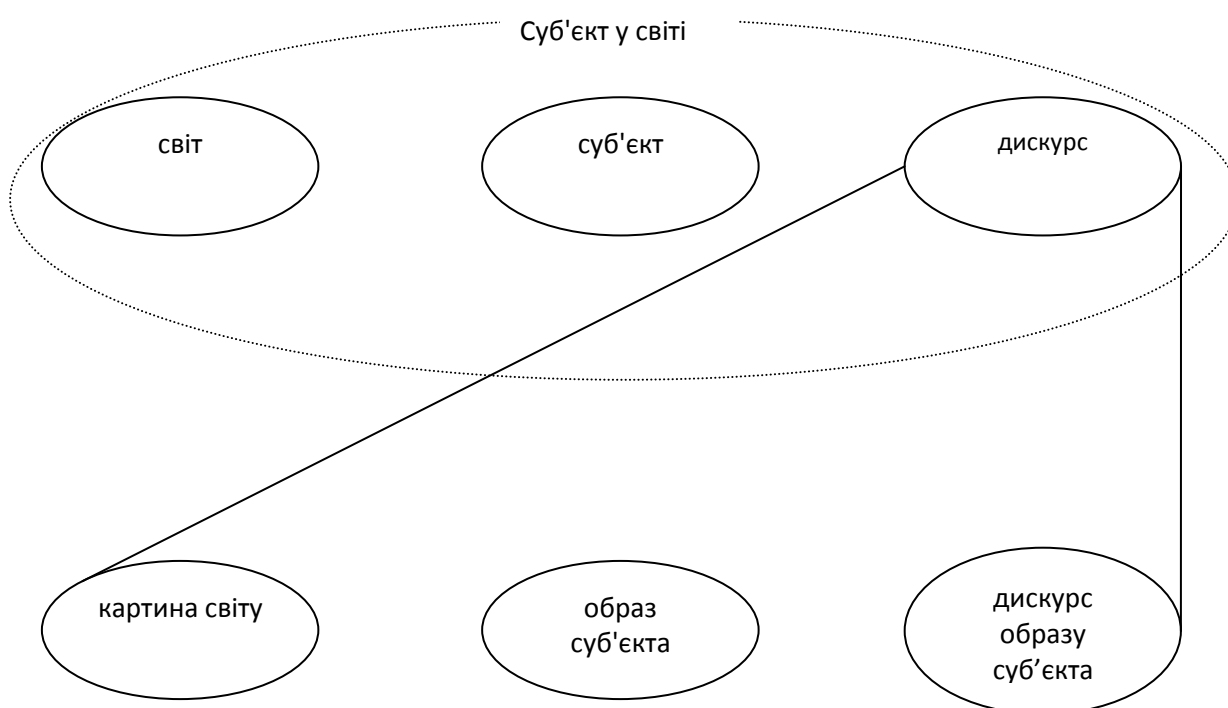
### **3.2. Синергетична модель організації дискурсу**

Спостерігається дедалі ширше вживання поняття «дискурс» при великій різноманітності і варіації його тлумачення [Киященко, 2015]. У роботі дискурс розуміється як постійно удосконалюваний ментальний інструмент суб'єкта, що представляє собою текст, автор якого разом зі своїм задумом довізначається в конкретній ситуації (рис.3.2.1-2). Організація дискурсу подібна до організації внутрішнього світу (рис. 1.3.3-4), тільки елементи («букви»), що використовуються при написанні тексту, різні. «Букви» внутрішнього світу йдуть по зростаючій складності: сенсорні відчуття суб'єкта, (візуальні) уявлення, мовні поняття, тоді як дискурс, який представляє найвищий рівень складності організації внутрішнього світу, базується на використанні понять.

Дискурс як теоретична модель суб'єкта в світі є текстом суб'єкта за час його життєдіяльності, конструйований відповідно до задуму цього тексту. Автором тексту життєдіяльності є суб'єкт у всіх своїх життєвих проявах. Автор дискурсу задається рефлексивними можливостями суб'єкта, коли в конкретній ситуації цей автор довізначається в ході аутокомунікації суб'єкта, який вибирає можливу роль і позицію. У локальній ситуації у суб'єкта є варіант картини світу, що включає в себе неявний образ самого суб'єкта і передбачувані схеми його поведінки в якомусь контексті (ситуативний дискурс). Невизначеність буття суб'єкта, пов'язана з



необхідністю поєднання різних картин світу, долається здатністю суб'єкта узгоджувати одночасне функціонування в різних просторах свого існування, коли окремі картини світу інтегруються в цілісне розуміння. Ці картини можуть з'єднуватися послідовно, паралельно, бути різнорівневими, коли одна картина є частиною іншої. Синтез цих способів інтеграції забезпечує безперервність, дискретність, фрактальність (дробність) інтегративної картини світу (сукупного тексту життєдіяльності).



*Рис. 3.2.1. Схема організації дискурсу суб'єкта*

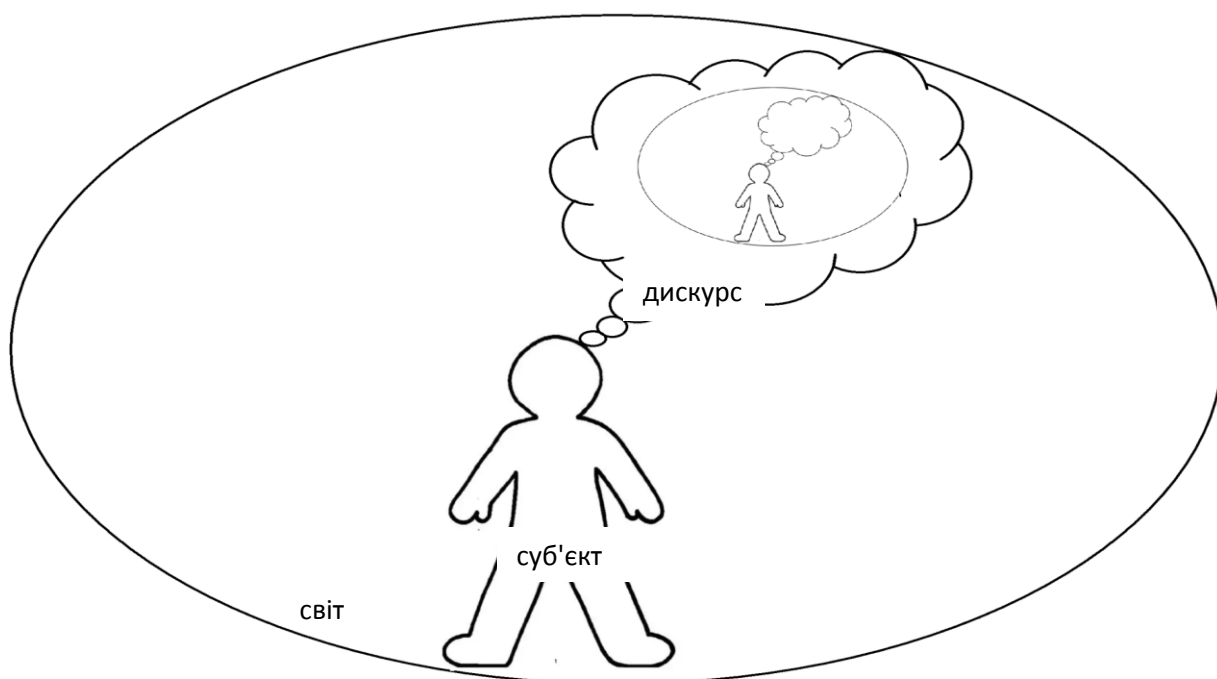


Рис. 3.2.2. Рисунок організації дискурсу суб'єкта

Організація тексту	Текст	Автор	Задум
Організація дискурсу суб'єкта			Минуле, теперішнє, передбачуване майбутнє
	Картина світу	Образ суб'єкта	

Рис. 3.2.3. Схема тривимірної організації дискурсу суб'єкта

Дискурс організовано як триєдність картини світу, її автора (що займає різні позиції в соціальному просторі), його планів на майбутнє (задум тексту дискурсу) (рис. 3.2.3). Синергетична (тринітарна) модель дискурсу передбачає «початкове» завдання автора дискурсу. В рамках бінарного мислення дискурс формується суб'єктом, в рамках тринітарного мислення інша логіка – суб'єкт конструює уявлення про себе (в очікуваному світі), на основі вже цих уявлень, від імені неявно передбачуваного суб'єкта, він конструює текст дискурсу. Якщо провести аналогію з біологією, то це нагадує малий і великий кола кровообігу: щоб забезпечити органи киснем, спочатку треба збагатити кров киснем в легенях.

Завдання автора дискурсу як автономного суб'єкта, як взаємодіючого суб'єкта або як частини метасистеми буде зумовлювати когнітивну складність використовуваного дискурсу. Розуміння автора дискурсу як частини метасистеми, тобто частини автора дискурсу метасистеми, призводить до розгляду організації дискурсу як «текст у тексті», що дозволяє конструювати складноорганізовані багаторозмірні моделі за рахунок множення розмірності на кожному кроці глибини конструкції дискурсу. Дискурс суб'єкта містить спільний дискурс комунікації з іншими суб'єктами, в той же час будучи його частиною. В такому розумінні закладена можливість довизначення дискурсу в ході комунікації, що допускає потенційну ймовірність його переформатування. Побічним ефектом складної організації дискурсу є різноманіття трактувань дискурсу, коли дослідники, задаючи певний контекст проявлення дискурсу, вивчають одну з форм його організації.

Розуміння організації дискурсу як «текст у тексті» передбачає різні способи конструювання «вкладених» дискурсів. (Ре)конструювання картини світу йде в напрямі «від світу до людини» (від цілого до частини), коли розуміння особливостей картини світу, яка сприймається, дозволяє реконструювати як позицію суб'єкта, займану ним в цьому світі, так і самого суб'єкта. Конструювання уявлень про себе йде «від людини до світу» (від частини до цілого), коли уявлення про себе як про автономного суб'єкта змінюються розумінням суб'єкта взаємодіючого зі світом, а потім розумінням себе як частини цілісного світу.

Складноорганізована структура дискурсу суб'єкта розгортається в міру затребуваності в ситуації, коли суб'єкт оцінює значимість її контексту для нього. Для «автономного» суб'єкта, тобто суб'єкта, що сприймає себе поза контекстом, характерна одномірна організація дискурсу. При цьому картина світу, сформована у суб'єкта, вважається ним «об'єктивною» картиною світу, а дискурс суб'єкта оголошується «єдино правильним»

дискурсом (адже за логікою суб'єкта існування інших авторів не береться до уваги).

Для «взаємодіючого зі світом суб'єкта» дискурс буде розгортатися як картина світу, в якій міститься суб'єкт. Залежно від займаної позиції суб'єкта його версії картини світу будуть відрізнятися. В цьому випадку можна говорити про двовимірну організацію дискурсу, коли в одній розмірності задаються позиції суб'єкта, а в іншій – відповідні цим позиціям картини світу. Картина світу втрачає статичний характер, кожен елемент її структури має деяку область значень (в кожній позиції суб'єкта елемент організації картини світу може мати відмінне значення), що призводить до рухливості кордонів картини світу. У конкретній ситуації визначається набір значущих позицій суб'єкта і відтворюється відповідна їм когерентна картина світу. Зміна набору ролей і рольових переваг призводить до перетворень інтегративної картини світу, припускаючи її динамічний характер.

Картина світу суб'єкта, локалізованого в просторі, ролі і часі, становить елемент дискурсу. У конкретній ситуації на основі ідентифікації суб'єкта, який виділяє значні для себе ролі, відтворюється дискурс, відповідний системній інтеграції картин світу у рольових позиціях, які маються на увазі. Висока диференціація соціальної структури призводить до одночасної і фрагментарної участі суб'єкта у багатьох не пов'язаних між собою групах, які задають набір його ролей. Причому ці групи можуть бути ситуативними і не мати чітких меж. Різноманіття виконуваних ролей може привести до ситуації, коли інтереси жодної з груп не можуть бути поставлені суб'єктом на чільне місце на тривалий час, а на перший план виходить узгодження значущості групових інтересів в рамках суб'єктивного дискурсу системної організації.

Складноорганізована структура дискурсу, влаштована за принципом «текст у тексті», розгортається, коли суб'єкт розуміє себе частиною метасистеми. Можна сказати, що у суб'єкта вже існують уявлення про світ

як пролонгація уявлень про себе, які він повинен сконструювати, задаючи розуміння автора дискурсу. (Ре)конструювання автора дискурсу передбачає, що задум (ідея) дискурсу у автора вже сформований. Складноорганізований дискурс (дискурс в дискурсі) суб'єкта містить в собі прогноз майбутнього стану картини світу і програму діяльності суб'єкта в передбачуваній дійсності, яка конкретизується в ході подальшого конструювання картини світу. Тобто в дискурсі закладені цілі суб'єкта, в ході конструювання дискурсу суб'єкт здійснює цілепокладання. У кожній ситуації дискурс довизначається, коли ситуативні цілі суб'єкта можуть привести до корекції життєвих цілей суб'єкта, відповідно до яких вибудовувалася ситуативна діяльність. В такому розумінні дискурс являє собою безперервно оновлюваний суб'єктом текст, організація якого, як було визначено вище, являє собою «текст у тексті». Концепція дискурсу проявляється в згорнутій програмі життєдіяльності, яка на окремих часових проміжках конкретизується в програмах діяльності суб'єкта.

Складноорганізований дискурс являє собою згорнуту програму діяльності суб'єкта на певному часовому відрізку, в рамках якого здійснюється прогноз майбутніх змін в картині світу [Плющ, 2007с]. Дискурс – це відкритий складноорганізований текст внутрішнього світу суб'єкта, системоутворюючою функцією якого є «випереджаюче відображення», що дозволяє суб'єкту планувати свою діяльність. У стандартній, звичній ситуації людина слідує нормативній програмі діяльності, яка апріорі задана, і тому дискурс проявляється як картина світу суб'єкта в одній з рольових позицій. Зміна значимості ситуації, яка приводить до уточнення самовизначення суб'єкта, викликає розгортання суб'єктом організації дискурсу і внесення в неї корективів. Саме тому можна говорити про конструйовану природу дискурсу, коли він в кожній ситуації довизначається відповідно до життєвих цілей суб'єкта, які задають значимість інтерпретованих подій.

Як наслідок змін, які відбуваються зі світом і суб'єктами, кожен суб'єкт має неповторну картину світу. У той же час спосіб концептуалізації дійсності, властивий кожному суб'єкту, почасти універсальний, почасти специфічний [Апресян, 1995]. Саме наявність загальних, універсальних принципів організації семантичних структур забезпечує можливість взаєморозуміння між суб'єктами і включення нової інформації в існуючу модель світу.

Артикульований фрагмент дискурсу постає у вигляді інформації. Дискурс проявляється в організації знакового тексту і в конструюванні ситуації комунікації відповідно до цілей автора інформації. Крізь призму дискурсу ми бачимо світ, «спотворений» нашим розумінням. Дискурс завжди в тій чи іншій мірі виявляється «кривим» дзеркалом, яке відображає картину світу, виражає автора і містить цілі комунікації, здатні трансформуватися. У процесі комунікації дискурс підпорядкований цілям комунікації, створюючи парадоксальну ситуацію, коли частина дискурсу впливає на ціле. В такому розумінні закладено модель саморозвитку за принципом кругової причинності, коли задані дискурсом нормативні взаємини суб'єктів, які в процесі комунікації можуть змінюватися, починають впливати на дискурс, передбачаючи облік перетворень, що відбулися. Виникає ситуація постійного оновлення дискурсу, в якому враховуються зміни, які відбуваються з суб'єктом.

Дискурсивна практика розгортається в трьох вимірах – презентація дискурсу суб'єкта, ситуативна взаємодія з дискурсами інших суб'єктів, побудова спільного дискурсу. Останній може базуватися на прийнятті універсальності дискурсів одного з суб'єктів, на розумінні додатковості дискурсів в різних ситуаціях, на визнанні рівноправності дискурсів і цілісного їх включення в загальний дискурс, в зв'язку з чим суб'єкти можуть виступати в якості його співавторів.

Дискурс може бути характеристикою індивідуального суб'єкта, групового суб'єкта, соціуму в цілому. Складність організації групового суб'єкта призводить до складності організації його дискурсу [Плющ, 2013b]. Автор цього дискурсу як цілісний суб'єкт являє собою інституціоналізовану структуру соціуму. Можна говорити про системну організацію дискурсу групового суб'єкта, яка передбачає інтеграцію дискурсів суб'єктів групи відповідно до їхнього соціального статусу. Концепція дискурсу групи задається функцією групи в метасистемі. Автором спільного дискурсу групи є структура управління («еліта»), яка організовує діяльність групи відповідно до нього, сприяючи його засвоєнню групою. В іншому вимірі груповий дискурс складають дискурси індивідуальних суб'єктів, які відтворюють цілісний дискурс групи відповідно до свого розуміння.

Залежно від усвідомлення індивідуальним суб'єктом значущості приналежності до групи дискурс групового суб'єкта може виконувати різні функції. Цей дискурс може ставати нормативним дискурсом індивідуального суб'єкта, якщо приналежність до групи найбільш значуща соціальна роль суб'єкта. Якщо діяльність в групі становить одну з численних ролей індивідуального суб'єкта, то дискурс групового суб'єкта зберігається в дискурсі індивідуума як можливий варіант програми життєдіяльності за певних умов. Якщо приналежність до групи не є значущою для індивідуального суб'єкта, то засвоєний дискурс групового суб'єкта може бути можливою ілюстрацією дискурсу інших суб'єктів суспільства, що сприяє взаєморозумінню в ході комунікації.

Організація соціетального дискурсу зумовлена організацією соціуму. Складноорганізований соціум об'єднується за різними підставами, що веде до існування різних структур, що скріплюють його, при цьому індивідуальні суб'єкти можуть входити до складу кількох груп. Соціетальний дискурс проявляється в життєдіяльності суспільства, в організації комунікацій суб'єктів, в дискурсах суб'єктів. Незважаючи на пропоновану глобальність

улаштування соціетального дискурсу, відзначимо його принципову незавершеність. Зміна дійсності, переосмислення відносин суб'єктів, поява у них нових знань можуть привести до переформатування всієї організації дискурсу. В ході життєдіяльності суспільство (ре)конструює соціетальний дискурс, коли відбувається процес самоорганізації суспільством його життєвої програми в існуючих умовах. Концепція дискурсу задається реконструкцією призначення соціуму, яке може трансформуватися в нових історичних умовах. Якщо (колективним) автором тексту життєдіяльності є всі суб'єкти суспільства, то автором соціетального дискурсу можуть бути не всі суб'єкти суспільства, що зумовлено соціальною організацією суспільства і моделлю соціетального дискурсу.

Індивідуальний суб'єкт одночасно є носієм унікального власного дискурсу, дискурсу груп – як учасник цих груп, соціетального дискурсу – як представник суспільства. Для індивідуального суб'єкта дискурс розглядається як сконструйована суб'єктом картина світу, заснована на певній логіці суб'єкта, при цьому дана картина включає в себе неявний образ самого суб'єкта і схеми його поведінки в якомусь соціальному контексті [Дейк, 1989; Михалева, 2009]. Дискурс одночасно розглядається як картина світу, як автор, як задум дискурсу (тексту), в якому закладені майбутні очікування суб'єкта, його імпліцитна програма життєдіяльності. Дискурс групового суб'єкта являє собою таку «картину світу», яка «тлумачить» дійсність з метою висловлення тих чи інших сублімованих групових інтересів. Досить часто для позначення дискурсу групового суб'єкта використовується термін «ідеологія», під якою розуміється колективно вироблена і індивідуально прийнята ціннісно-смілова сітка, вміщена між індивідом і світом і опосередковуюча життєдіяльність цього індивіда. Соціетальний дискурс має безліч форм проявів, зокрема: світогляд, який дозволяє суб'єктам суспільства орієнтуватися в світі; культуру суспільства, що задає суб'єктам нормативні зразки поведінки; соціальний проект



(наприклад, «національна ідея»), що надає можливість суб'єктам планувати можливість самореалізації в передбачуваному майбутньому.

У ході соціалізації індивідуального суб'єкта відбувається перманентне розгортання складності організації його дискурсу, зумовлене соціальним і культурним контекстом [Кожемякин, 2007]. Кожна людина в суспільстві є учасницею певної множини своїх нішевих груп, де вона вирішує свої завдання, проблеми, реалізується і розвивається як особистість. До цих груп людина періодично «підключається» в процесі соціальних комунікацій, а також з метою здійснення спільної діяльності [Рыжов, Курдюмов ...]. Включаючись в діяльність групи, суб'єкт співвідносить себе з її учасником і засвоює груповий дискурс. В арсеналі його дискурсивних практик з'являються дискурси значущих для нього груп, які він може використовувати залежно від соціального контексту ситуації. Стикаючись з інакомислячими представниками інших дискурсів (з якими він себе не ідентифікує), в ході комунікації суб'єкт може використовувати фрагменти чужорідного дискурсу для добудовування свого. У результаті змінюється конструктивна складність моделі світу, розширюються способи розуміння (на основі логіки подій в тексті, логіки комунікації, логіки конструювання спільного дискурсу) і вдосконалюються дискурсивні практики [Плющ, 2007b].

У глобальному плані дискурс визначаємо як задум тексту життєдіяльності, як життєву програму суб'єкта, яка розгортається в трьох вимірах: картина світу, образ суб'єкта в світі (зокрема, набір ролей в соціальному просторі), програма дій (в передбачуваному майбутньому). У конкретній ситуації дискурс суб'єкта, локалізованого в просторі, часі і виконуваної ним в світі функції, являє собою прогноз очікуваних звершень. Суб'єкту, що взаємодіє зі світом, доводиться постійно коригувати картину світу, що змінюється, набір своїх ролей, горизонт планування цілей життєдіяльності. У зв'язку з цим дискурс суб'єкта являє собою рухливу

конструкцію, яка оновлюється в кожен момент часу при зміні ситуації. Щоб зберегти стійкість організації дискурсу в цілому, в кожному з вимірів для структурних компонентів існує діапазон значень, в рамках якого структура зберігає свою функціональність. Це призводить до того, що організація дискурсу знаходиться в стані динамічної рівноваги. Надходження інформації може вести до зміни сформованої динамічної рівноваги, що дозволяє суб'єкту конструювати нову форму організації дискурсу, яка охоплює розширений зміст картини світу, інший спектр рольових позицій суб'єкта, інші горизонти планування цілей життєдіяльності.

З одного боку, дискурс індивідуального суб'єкта є частиною соціетального дискурсу, з другого – дискурс індивідуального суб'єкта містить соціетальний дискурс (його модель) в якості своєї складової частини. Дискурси індивідуальних суб'єктів входять в соціетальний дискурс і як частини дискурсів груп, до яких відносяться ці суб'єкти. Дискурс індивідуального суб'єкта постійно видозмінюється, в світі, що змінюється, змінюється модель світу, у суб'єкта з'являються нові соціальні позиції і відповідні їм програми діяльності. Соціетальний дискурс, який представляє сукупність дискурсів соціальних суб'єктів, також знаходиться в стані постійної трансформації: змінюються його складові – дискурси суб'єктів, як індивідуальних, так і групових. Зміни в соціальній організації ведуть до перетворення принципів інтеграції соціетального дискурсу. Рухливість організації дискурсу як індивідуальних суб'єктів, так і суспільства в цілому є основною умовою інформаційного впливу, що дозволяє надавати результативні дії. Незмінюваність дискурсу робила б неможливим здійснення інформаційного впливу.

### **3.3. Інформаційний вплив як просування дискурсу суб'єкта впливу**

У рамках синергетичного розуміння інформацію було розглянуто як послідовність знаків, що має сенс в рамках цілей суб'єкта в комунікації. Організація дискурсу також представлялася тринітарною, коли він визначався як інструмент пізнання світу, комунікації та самоорганізації, який дозволяє суб'єкту орієнтуватися в світі, регулювати поведінку, планувати майбутнє. З огляду на подобу організації інформації і дискурсу, можна розглядати інформацію як фрагмент дискурсу, який проявляється в локальній комунікації, яка є частиною життєдіяльності.

Фрагменти дискурсу автора, артикульовані в інформації, споживач може використовувати в своїй життєдіяльності для вдосконалення власного дискурсу. Синергетичне розуміння інформації дозволяє розглядати комунікацію як процес дискурсивної взаємодії суб'єктів, а інформаційний вплив – як просування дискурсу суб'єкта впливу. У комунікації дискурс суб'єкта впливу знаходить своє вираження в знаковому тексті інформації, в соціальному тексті (у конструюванні спільного дискурсу в ситуації комунікації), в оновленому тексті дискурсу споживача інформації. Розгляд суспільства як колективного суб'єкта інформаційної взаємодії призводить до того, що просування дискурсу суб'єкта впливу може здійснюватися в інформаційному просторі знакових текстів, при конструюванні спільного дискурсу суб'єктами суспільства в ситуації комунікації (у соціальному просторі), при (ре)конструюванні соціетального дискурсу (у дискурсивному просторі соціуму).

Просування дискурсу означає, що до комунікації «об'єкт» просування вже сформований. У процесі комунікації відбувається переформатування дискурсу споживача інформації як наслідок впровадження фрагментів дискурсу суб'єкта впливу. Посткомунікативна стадія комунікації дозволяє судити, наскільки перетворення дискурсу відповідають запланованим цілям.

Розгляд інформаційного впливу як просування дискурсу призводить до розуміння троякої ролі дискурсу, який може виступати в якості інструменту інформаційного впливу, простору комунікації суб'єктів (конструювання ними спільного дискурсу) і мети (реорганізації оновленого дискурсу споживача інформації).

Тринітарна організація інформації (знаки, смисли, цілі) надає можливість споживачеві інформації відновити організацію трансльованого дискурсу і використовувати його окремі конструкти для вдосконалення власного дискурсу. Як знаковий текст інформація суб'єкта впливу є частиною інформаційного простору ЗМІ споживача інформації (рис. 3.3.1).

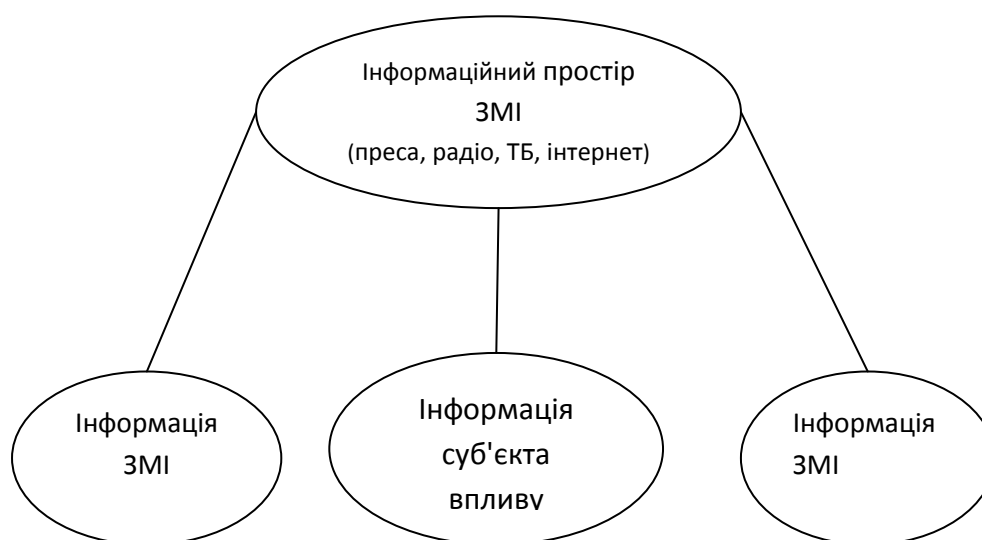
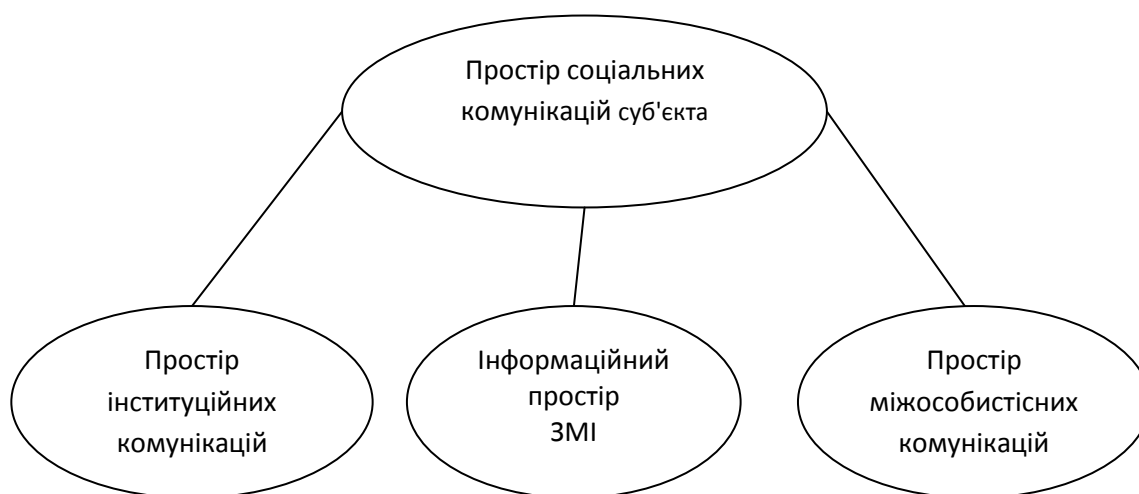


Рис. 3.3.1. Схема інформаційного простору ЗМІ

Інформаційний простір ЗМІ, в свою чергу, є частиною простору соціальних комунікацій. Якщо споживач інформації (ре)конструює дискурс знакового тексту як автономний суб'єкт, то дискурс соціального тексту споживач (ре)конструює уже як учасник комунікації. Простір соціальних комунікацій суб'єкта розгортається в декількох вимірах, які відрізняються роллю споживача інформації (рис. 3.3.2). У просторі міжособистісних комунікацій у ході безпосередньої взаємодії споживач реконструює

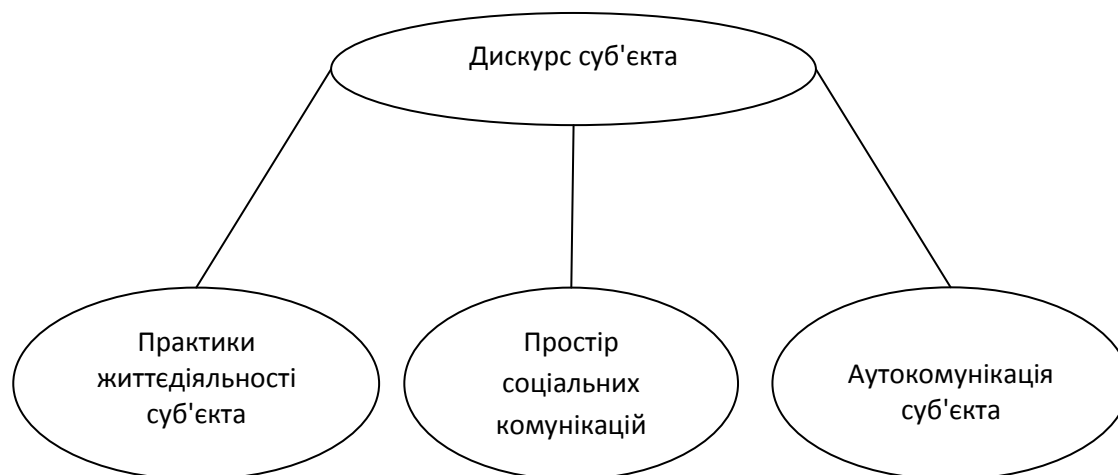
інформацію співрозмовника як думку автономного суб'єкта. В інформаційному просторі ЗМІ споживач стикається з інформацією групового суб'єкта, якщо здатний реконструювати автора інформації як представника групового суб'єкта. У просторі інституційних комунікацій споживач інформації в рамках функціонуючих соціальних інститутів контактує з іншими суб'єктами, які транслюють інформацію як представники соціуму, відтворюючи соціетальний дискурс.



*Рис. 3.3.2. Схема простору соціальних комунікацій суб'єкта*

Дискурс суб'єкта конструюється трьома способами: в ході життєдіяльності суб'єкта, в комунікаціях з представниками інших дискурсів, у процесі аутокомунікації (рис. 3.3.3). Відповідно, простір соціальних комунікацій є одним з вимірів функціонування суб'єкта в світі. В ході життєдіяльності суб'єкт, конструюючи дискурс, здійснює рефлексивний вихід і, перебуваючи в позиції зовнішнього спостерігача, засвоює цілісну синкретичну картину світу. Будучи учасником комунікації, суб'єкт стикається з декількома дискурсами, поєднуючи їх в системну цілісність (якщо здатний стати на позицію іншого суб'єкта і змоделювати його дискурс). У процесі аутокомунікації суб'єкт представляє свої можливі ролі в передбачуваному майбутньому, виступаючи в ролі творця дискурсу.

Наявність у суб'єкта трьох позицій (зовнішній спостерігач, внутрішній учасник, творець) дозволяє йому конструювати синергетичну організацію дискурсу.



*Рис. 3.3.3. Схема конструювання дискурсу суб'єкта*

Знаковий текст інформації суб'єкта впливу, який потрапляє в інформаційний простір споживача інформації, є частиною простору його соціальних комунікацій, в рамках якого здійснюється конструювання дискурсу споживача інформації (рис. 3.3.4). Просування дискурсу суб'єкта впливу, тобто успішність інформаційного впливу, буде визначатися не тільки присвоєнням споживачем фрагментів дискурсу, що містяться в інформації, але і переформатуванням організації його дискурсу в цілому відповідно до організації трансльованого дискурсу. Для досягнення цієї мети необхідно поставити під сумнів якість дискурсу, наявного у споживача, і запропонувати йому зразок привабливого дискурсу. Якість пропонованого дискурсу має підтверджуватися в ході життєдіяльності споживача інформації, в комунікаціях з іншими суб'єктами суспільства, в процесі аутокомунікації, ґрунтуючись на рефлексивному потенціалі споживача і сформованих умовах якості дискурсу.

Схема просування дискурсу суб'єкта впливу виглядає наступним чином. Простір життєдіяльності споживача інформації починає

організовуватися відповідно до трансльованого дискурсу. Споживач поміщається в керований інформаційний простір, в якому буде присутньою інформація, що містить дискурс суб'єкта впливу. У просторі соціальних комунікацій з'являються суб'єкти – прихильники дискурсу суб'єкта впливу. Пропонований дискурс впроваджується в організацію соціетального дискурсу, який засвоюють індивідуальні суб'єкти в ході соціалізації.

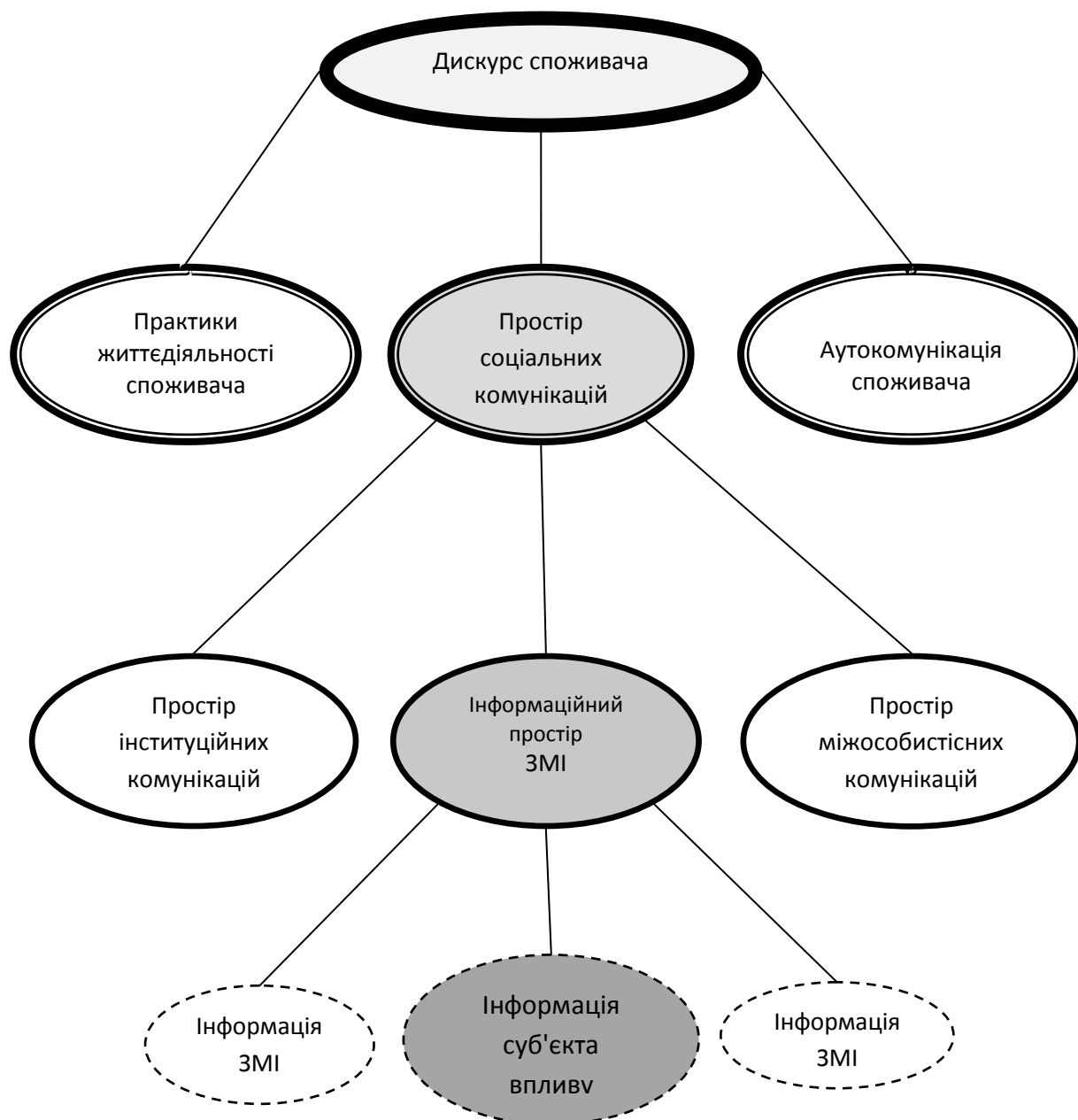


Рис. 3.3.4. Схема впливу інформації на дискурс споживача

Привабливість дискурсу, що просувається заснована на уявленнях про те, що в рамках його здійснення стає можливою успішна самореалізація суб'єктів суспільства в різних життєвих вимірах. Це передбачає якість ментального інструмента суб'єкта. У просторі життєдіяльності його застосування повинно забезпечувати прийнятні стандарти життя суб'єкта в порівнянні з носіями інших дискурсів. У просторі соціальних комунікацій дискурс повинен надавати можливість комунікації з іншими суб'єктами, розуміння їх цілей і конструювання спільного дискурсу. У просторі аутокомунікації суб'єкт оцінює свій дискурс як інструмент, що дозволяє йому досягати поставлених життєвих цілей.

Використання синергетичного підходу, запропонованого для аналізу інформаційного впливу, дозволило сконструювати схему просування дискурсу, яка пояснює можливості здійснення цього впливу. Схожість організації інформації і дискурсу дозволяє споживачеві на основі трансльованої інформації реконструювати фрагмент дискурсу, закладений в ній, і використовувати його для вдосконалення власного дискурсу. Інформаційний вплив здійснюється в ході комунікації суб'єктів, яка може розглядатися як частина процесу (ре)конструювання соціетального дискурсу. Вплив окремих інформаційних повідомлень здійснюється в рамках впливу інформаційного простору, що є частиною простору соціальних комунікацій, яка робить свій внесок в процеси конструювання дискурсу споживача. Інформація як фрагмент дискурсу автора інформації, в свою чергу, є частиною соціетального дискурсу. У зв'язку з цим просування дискурсу суб'єкта інформаційного впливу може призводити до зміни дискурсу як індивідуальних суб'єктів, так і суспільства в цілому.

Дискурс як задум тексту життєдіяльності задається суб'єктом, простором його функціонування, часом конструювання. Дискурс індивідуального суб'єкта розгортається на основі вже наявних уявлень. У конкретній ситуації суб'єкт, виходячи з актуальних завдань, обмежується



обраною роллю, відповідним їй фрагментом картини світу і планами на майбутнє, тобто (ре)конструює локальний дискурс в дискурсі життєдіяльності. Основна складність полягає в подоланні ситуації невизначеності, коли суб'єкт в умовах сформованої множинної ідентичності вибирає роль в рамках довизначуваного контексту ситуації комунікації, виходячи з часового горизонту вирішення життєвих завдань.

«Присутність» суб'єкта в дискурсі має на увазі можливість комунікації (і дискурсивної взаємодії). Це, в свою чергу, передбачає можливості розвитку (складності організації) дискурсу, розуміння іншого суб'єкта і конструювання спільного дискурсу, коли утворюється груповий (складноорганізований) суб'єкт. Парадигми комунікації, яких дотримуються суб'єкти, зумовлюють імовірність побудови загального дискурсу і його конструктивні особливості.

Якщо немає бажання і/або можливості зрозуміти дискурс іншого суб'єкта, то спільний дискурс не утворюється, загальне розуміння не досягається. В рамках суб'єкт-об'єктної парадигми комунікації автором спільного дискурсу є один суб'єкт, який самостійно здійснює його побудову, інший учасник розглядається як пасивний об'єкт. Спільний дискурс являє собою дискурс домінуючого суб'єкта, який може включати фрагменти дискурсу іншого учасника.

Якщо учасники комунікації дотримуються суб'єкт-суб'єктної парадигми комунікації, то при побудові спільного дискурсу кожен з учасників може вносити свій вклад. У цьому дискурсі відтворюється загальне розуміння, конструюється загальна модель дійсності, в деякій мірі долаючи суб'єктивізм і неповноту окремих дискурсів. Узгодження дискурсів суб'єктів дозволяє перейти до конструювання спільного дискурсу, який буде прийнятий кожним індивідуальним суб'єктом і може мати різну форму організації: бути адитивною сумою або системою (або поєднувати ці форми в різних співвідношеннях). Головна особливість його організації полягає в

тому, що в ній в імпліцитній формі закладені існуючі в групі соціальні взаємини, коли враховується «соціальна вага» кожного індивідуального суб'єкта, яка визначає те, якою мірою його дискурс входить до складу спільного дискурсу.

Використання синергетичної парадигми комунікації передбачає, що автором спільного дискурсу можуть бути всі суб'єкти комунікації, які конструюють спільний текст (можна згадати притчу про царя Соломона з його відомим висловом «І ти маєш рацію!»). Колективний автор виникає в процесі комунікацій групових суб'єктів, до складу яких входять індивідуальні суб'єкти. У цьому випадку участь в створенні спільного дискурсу зумовлена не тільки соціальним статусом учасників комунікації, а й якістю їхніх дискурсів. Допускається можливість безлічі інтерпретацій соціальної реальності і мається на увазі їх неповнота. Спільний дискурс включає в себе дискурси суб'єктів як складові елементи, локалізовані в часі, просторі і за рівнем своєї зрілості.

Артикульована інформація використовується не тільки з метою демонстрації свого дискурсу, а й для здійснення ряду конвенціональних дій, які передбачають можливість взаємодії суб'єктів з відмінними дискурсами. Інтерсуб'єктивні відносини не завжди піддаються локалізації в семантиці мови тексту, але проявляються в прагматиці дискурсивних практик, коли соціальні відносини безперервно створюються суб'єктами в дискурсивному просторі [Джерджен, 2003]. Дискурс, що міститься в тексті, отримує значення в ході узгодження дій суб'єктів. Тим самим в ході дискурсивних практик створюється потенційна можливість довизначення дискурсу споживача інформації, коли споживач може привласнювати окремі конструкти трансльованого дискурсу. Це привласнення може відбуватися в різних формах: реорганізації набору елементів, перетворення структури, трансформації задуму тексту дискурсу.

Реконструкція фрагмента трансльованого дискурсу заснована на сприйнятті семантичних одиниць тексту, що складають тезаурус тексту. Ці одиниці набувають значення в контексті (на основі правил організації мовної діяльності), висловлюючи задум автора. Під тезаурусом будемо розуміти безліч смисловиражальних елементів (слів, словосполучень і т.п.) певної мови з заданими смисловими відносинами [Шрейдер, 1972]. Через тезаурус відображається система знань про світ, розподіл його на ті чи інші сфери, можливість розуміння і комунікації.

Використання тезауруса як засобу побудови дискурсу дозволяє опосередковано конституювати соціальний контекст, в якому протікає комунікація, і відтворити соціальні відносини комунікаторів. Всі суттєві зрушення суспільно-політичних формацій супроводжувалися народженням своєї нової мови («новомови») – створенням неологізмів, заміною традиційних слів і понять [Оруэлл, 2009]. У ході осмислення нового розуміння відбувається рефлексивна процедура зміни використовуваного тезауруса, яка запускає механізм переформатування використовуваної концептуальної моделі соціального устрою [Никитин ...].

Обираючи семантичні одиниці тексту, автор може варіювати складність їх організації, що породжує смислові нюанси. Ця складність зумовлена потенціалом суб'єкта, здатного оволодіти безліччю відтінків значень цих одиниць. Розуміння тексту зумовлено способом встановлення взаємозв'язків між його конструктивними елементами (визначення цих елементів, в якомусь плані, окремий процес). Структурний елемент тексту – знак – набуває сенсу в контексті, коли в сукупності з іншими знаками він становить одиницю сенсу, носієм якого зазвичай розглядається слово, а може і словосполучення, і синтагма, і ціле речення, і абзац, і весь текст [Бахтин, 1979; Лотман, 2000; Энциклопедия эпистемологии ..., 2009]. Складність конструкції тексту і створює безліч потенційних смислів і способів розуміння, коли існують різні прочитання тексту в залежності від

членування на елементи, поміщення їх в різний контекст, приписування їм різних значень. Створюється можливість різними засобами закладати в текст бажаний спосіб його прочитання (і інтерпретації), коли, наприклад, вибір синтаксичних конструкцій може визначатися ідеологічною позицією адресанта [Бульгіна, Шмелев, 1997].

Залежно від поставлених цілей автор, варіюючи мовою опису (тезаурусом) і контекстом, що ним задається, може досягати безлічі інтерпретацій одного факту. Способи розуміння зумовлені вже готовою структурою знань, закладеної в використовуваному тезаурусі, тобто мовна семантика служить засобом контролю над мисленням і сприяє утвердженню дискурсу автора тексту [Бульгіна, Шмелев, 1997; Цивьян, 2006]. З точки зору соціального конструкціонізму, слова, що вживаються в рамках дискурсу, мають сенс в контексті сформованих відносин, які вони відтворюють [Джерджен, 2003]. Суб'єкт, що ідентифікує себе з представником якоїсь організації, відтворює в свідомості модель і цієї організації, і існуючого соціального устрою. Використання різних понять дозволяє визначити позиціонування автора тексту, оскільки вибір конкретного слова зумовлює подальші дії з цим об'єктом: нагороджуємо «розвідника» – розстрілюємо «шпигуна», допомагаємо «борцям за свободу» – воюємо з «терористами» [Почепцов, 2001б]. Реконструкція сенсу тексту дозволяє ідентифікувати автора тексту, його позицію в семантичному просторі. Сміслоутворення як встановлення взаємозв'язків між окремими елементами тексту служить проявом дискурсу суб'єкта, що дозволяє розпізнати автора і встановити його позицію.

Артикульована інформація є частиною комунікації суб'єктів, частиною соціального тексту зі своїм метадискурсом (мається на увазі способом конструювання спільного дискурсу). У ряді випадків форма і логіка подачі змісту, формат комунікації виявляються важливішими самого змісту інформації [Почепцов, 2001в]. Цілі автора, закладені в

артикульованій інформації, проявляються в метадискурсі комунікації, який реконструюється на основі аналізу пропонованих дискурсивних практик.

Інформація являє собою артикульований фрагмент дискурсу суб'єкта, що дозволяє реконструювати дискурс на основі аналізу інформації. В інформації дискурс знаходить своє вираження в знаковому тексті, в імпліцитній позиції автора, в пропонованому метадискурсі комунікації (готовності конструювати спільний дискурс). Як представник соціуму, споживач інформації (ре)конструює фрагмент моделі життєдіяльності суспільства, зображений в інформації; автора (і його позицію в соціальному просторі); організацію соціетального дискурсу.

Семантичний простір, сконструйований на основі змісту прочитаного тексту, передбачає наявність суб'єкта, смислові варіації дозволяють ідентифікувати автора і встановити його позицію. Приписувані автору інтенції дають можливість визначити метадискурс комунікації і реконструювати цілі комунікації. Слід враховувати, що дискурс одного учасника комунікації реконструюється крізь призму дискурсу іншого. Неявно мається на увазі, що споживач володіє відповідним потенціалом (складноорганізованим дискурсом), що дозволяє йому розпізнавати знаки тексту, розуміти смисли і реконструювати цілі автора. Разом з тим можна розпізнавати знаки тексту, конструювати на їх основі семантичний простір, реконструюючи смисли тексту, але не ідентифікувати автора інформації та його цілі. Це прерогатива соціально зрілого суб'єкта, здатного розрізняти позиції (і інтереси) багатьох соціальних суб'єктів, що має досвід довгострокового визначення мети й вміє передбачати віддалені цілі інших суб'єктів.

Просування дискурсу групових суб'єктів суспільства пов'язано з пропозицією ними соціальних проектів, які забезпечують сталий розвиток суспільства, з точки зору інтересів учасників цих груп. Це просування полягає: в поширенні дискурсу в інформаційному просторі шляхом

створення і трансляції інформаційного контенту; в конструюванні соціального простору, в якому затребувані носії цього дискурсу, що веде до збільшення їх кількості та «ваги» в соціальних структурах; в управлінні процесами конструювання соціетального дискурсу. Це дозволяє збільшити значимість дискурсу групи в організації соціетального дискурсу (від фрагментарного до структурного і концептуального), що дає можливість влаштовувати життєдіяльність суспільства відповідно до пропонованого дискурсом. Низька якість продукту соціального проекту, що просувається, результати якого не влаштують представників інших групових суб'єктів, може зменшити представленість дискурсу цієї групи в соціетальному дискурсі.

Відтворення суспільством свого призначення (і його корекції) в змінних історичних умовах може бути розглянуто як просування соціетального дискурсу, в тому числі і шляхом інформаційного впливу. В цьому випадку учасником комунікації є все суспільство, а не тільки ситуативні споживачі інформації, і мета інформаційного впливу полягає в конструюванні соціетального дискурсу, а не тільки в засвоєнні учасниками комунікації трансльованого дискурсу. Просування соціетального дискурсу забезпечується організацією життєдіяльності соціуму відповідно до дискурсу, (само)організацією соціальних структур, які трансльють дискурс, програмуванням дискурсу, що забезпечує його якість. Боротьба за розум суб'єктів суспільства зводиться до спроб змінити наявне бачення світу, запропонувавши свій спосіб моделювання світу, можливих співавторів соціетального дискурсу і формат їх комунікації. Різне розуміння світу веде до різних форм і стратегій соціальних комунікацій, які змінюють суспільство відповідно до дискурсів їхніх носіїв. Синергетична парадигма комунікації має на увазі спадкоємність організації соціетального дискурсу, коли суспільство відтворює себе в часі, будучи частиною історичного колективного суб'єкта.

У світі, що змінюється, дискурс годиться для певних історичних умов, зі зміною яких його прогностична точність падає. Синергетичний ракурс аналізу дозволяє розглядати інформаційний вплив як просування дискурсу суб'єкта впливу, коли фрагменти цього дискурсу стають частиною дискурсу споживача інформації, частиною простору соціальних комунікацій, частиною соціетального дискурсу. З огляду на суб'єктивність, неповноту і релятивістську природу будь-якого дискурсу, можна стверджувати, що його можливості завжди обмежені, тобто існують передумови недосконалості дискурсу, які підприємливий суб'єкт інформаційного впливу може використовувати в своїх цілях. Основною запорукою успішності інформаційного впливу буде сформована у споживача інформації невпевненість в якості власного дискурсу, применшення його достоїнств і некритичне сприйняття дискурсу іншого суб'єкта.

### Висновки до розділу 3

Наведено основні положення синергетичної концепції інформаційного впливу. Дано визначення основних використовуваних понять: інформації, дискурсу, інформаційного впливу; задана схема просування дискурсу суб'єкта впливу в процесі комунікації.

Дискурс визначено як (ре)конструйований суб'єктом задум тексту життєдіяльності, що включає набір життєвих цілей і програм діяльності по їх досягненню в передбачуваній ситуації. Дискурс організований за принципом «текст у тексті» (текст життєвого проекту суб'єкта в тексті життєдіяльності), що дозволяє конструювати складноорганізовані моделі. У конкретній ситуації дискурс довизначається, коли ситуативні цілі суб'єкта можуть привести до корекції його життєвих цілей, відповідно до яких вибудовувалася ситуативна діяльність.

Показано, що дискурс індивідуального суб'єкта є частиною соціетального дискурсу, в той же час дискурс індивідуального суб'єкта містить соціетальний дискурс (його модель) в якості своєї складової частини. Це зумовлює взаємовплив суспільства і його суб'єктів.

Інформацію розглянуто як фрагмент дискурсу суб'єкта впливу і знаковий текст, що містить смисли, закладені автором відповідно до його цілей. Надходження інформації надає можливість корекції змісту дискурсу, що може вести до зміни його організації.

Інформаційний вплив проаналізовано не тільки як вплив інформації, але і як частину соціальної комунікації, метою якої є просування дискурсу суб'єкта впливу, в якому намічені цілі його життєдіяльності. Спільний вплив інформації, соціального контексту ситуації комунікації та інструменту комунікації призводить до активізації процесів самоорганізації споживача інформації, групового суб'єкта комунікації, суспільства в цілому як результату інформаційного впливу.

Представлено схему просування дискурсу суб'єкта впливу в процесі комунікації. Привабливість інформації спричиняє до того, що фрагменти дискурсу суб'єкта впливу стають частиною дискурсу споживача інформації. Це збільшує значущість дискурсу суб'єкта впливу в організації соціетального дискурсу, а отже, дає можливість облаштовувати життєдіяльність суспільства відповідно до цілей суб'єкта впливу.



## РОЗДІЛ 4

### СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

*Задано розуміння поняття механізм. Наведено синергетичні моделі психологічних механізмів сприйняття інформації і соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу.*

#### **4.1. Тринітарне розуміння поняття «механізм»**

Зазвичай найбільшу складність представляє визначення найпростіших базових понять, які начебто і так очевидні. Але саме в особливостях їх розуміння і закладені логіка і стиль подальших теоретичних міркувань. У найзагальнішому розумінні механізм – це перетворення одного виду енергії в інший, який полягає в передачі енергії від одного суб'єкта до іншого в просторі і в часі [Большой энциклопедический ..., 2005]. Зазвичай під механізмом мається на увазі пристрій або, в складнішому випадку, система ланок, частин, що виконують конкретну функцію перетворення [Большой энциклопедический ..., 2005]. Існує ще й переносне значення, коли під механізмом розуміється система або пристрій, що визначають порядок якого-небудь виду діяльності [Ожегов, 1988]. У загальному випадку можна виділити три види значень слова «механізм»: сукупність станів і процесів, з яких складається будь-яке явище; пристрій машини, приладу, що приводить їх в дію; система, яка визначає порядок виду діяльності або процесу [Ефремова, 2005].

Відповідно до існуючих підходів і синергетичної методології механізм буде розглядатися як матеріалізована ідея, як загальна концепція перетворення одного виду енергії в інший, що має на увазі можливість

застосування різних структурних механізмів («система систем»), які складаються з багатьох механізмів нижчого рівня, в залежності від наявних ресурсів, контексту ситуації і поставлених завдань. Аналогічний підхід використовує В. О. Мазілов, розглядаючи застосування (теоретичного) методу як механізм. Він стверджує, що в психології існує універсальна схема, застосування якої дозволяє виділити три рівні методів: операційний, рівень «структури» або «процесу», рівень загальних принципів або «ідей». На різних рівнях метод проявляється по-іншому, і подібного роду проблеми виникають по відношенню чи не до кожного психологічного поняття [Мазілов, 2003].

Розрізнення впливів, зовнішніх по відношенню до суб'єкта, і механізмів як внутрішніх психічних процесів, що запускаються цими впливами, зручно як для дослідницьких цілей, так і для прикладних задач. Будь-психологічна модель неминуче звертається до внутрішньопсихічних процесів, тому в понятті «психологічні механізми» зливаються наукове уявлення про внутрішньопсихічні процеси, що лежать в основі управління діяльністю суб'єкта, і їх образно-метафоричний опис (що бере початок від родового «механізму») [Доценко, 1997]. Умовність такого поділу очевидна з огляду на феноменологічну єдність змістовного і динамічного аспектів регуляції діяльності і їх взаємодоповнюваності [Вилюнас, 1990]. Чітке визначення згаданих аспектів неможливе, оскільки йдеться лише про гносеологічні абстракції, які не мають конкретних ознак розрізнення і невідривні одне від одного в онтологічному прояві. Той самий феномен може бути охарактеризовано і як процес, і як механізм залежно від контексту обговорення. Психологічний механізм розглядається як процес, в результаті якого і відбувається виконання призначеної функції [Вилюнас, 1990].

В.С. Агєєв, фактично ототожнюючи поняття «процес» і «механізм», робить акцент на елементарному характері останнього, що дозволяє

пояснити функціонування і розвиток чого-небудь складного через щось простіше. За його словами, «ідея механізму, тобто деякого більш елементарного рівня аналізу, до якого не зводиться специфіка більш високого рівня, але який здатний виконати тут функцію засобу, завжди була приваблива для психологічного дослідження» [Агеев, 1990: 211].

Психологічний процес, як правило, є наслідком взаємодії певних структурних утворень, його динаміка передбачає механізми здійснення, які наповнюються тим чи іншим предметним змістом, але до нього не зводяться. Поняття «психологічний механізм» дозволяє обмежити, виділити рамки процесу і використовується, перш за все, як вказівка на щось складне, в рамках якого об'єднані елементи з властивими їм особливостями функціонування. У зв'язку з цим найбільш показовим є визначення Л.І. Анциферової, яка розуміє психологічні механізми як «закріплені в психологічній організації особистості функціональні способи її перетворення, в результаті чого з'являються різні новоутворення, підвищується або знижується рівень організованості особистісної системи, змінюється режим її функціонування» [Анцыферова, 1981: 8]. А.А. Налчаджян пропонує розглядати прояв особливостей організації особистості в конкретній діяльності, стверджуючи, що «під психічним механізмом слід розуміти структуру певним чином пов'язаних психічних процесів, здійснення яких призводить до специфічного результату. Це більш-менш стійка схема психічних процесів» [Налчаджян, 1988: 109].

Загальним для всіх наведених інтерпретацій поняття «психологічний механізм» є його зв'язок з особистісним розвитком. М.С. Яніцкий визначає психологічний механізм як компонент процесу розвитку, «що представляє собою систему засобів і умов, які забезпечують цей розвиток» [Яницкий, 2000: 60]. Людина не народжується зі сформованими психологічними механізмами, їх розвиток здійснюється в ході онтогенезу людини, і складні механізми, що регулюють взаємодії людей, конструюються з більш

елементарних на основі їх базового універсального набору. З цієї точки зору, все те, що традиційно досліджує загальна психологія, – пам'ять, увагу, уяву і т.п. – це «сервомеханізми», які слугують матеріалом для створення більш складних механізмів [Брушлинский, Шихирев, 1998: 11].

Як приклад психологічних механізмів розглянемо уяву, яку А.Г. Маклаков визначає як «процес перетворення уявлень, що відображають реальну дійсність, і створення на цій основі нових уявлень» [Маклаков, 2008: 285]. Як зазначено далі, уяву як психічний процес, у свою чергу, може бути представлено у вигляді складових її процесів, тобто своєрідних механізмів нижчого рівня (процесів уяви). Процес створення образів уяви з вражень, отриманих людиною від реальної дійсності, може протікати в різних формах. Перший етап формування образів уяви характеризується аналізом отриманих від реальності вражень або сформованих в результаті попереднього досвіду уявлень. У ході такого аналізу відбувається абстрагування об'єкта, тобто він представляється нам ізольованим від інших об'єктів, при цьому також відбувається абстрагування частин об'єкта. На другому етапі з цими образами далі можуть здійснюватися перетворення двох основних типів. По-перше, ці образи можуть бути поставлені в нові поєднання і зв'язки. По-друге, цим образам може бути надано абсолютно нового змісту. У будь-якому випадку з абстрагованими образами проводяться операції, які можуть бути охарактеризовані як синтез. Ці операції, що становлять суть синтезуючої діяльності уяви, є третім етапом формування образів уяви. Причому форми, в яких здійснюється синтезуюча діяльність уяви, вкрай різноманітні. Однією з форм синтезу в процесі уяви є аглютинація, тобто створення нового образу шляхом приєднання в уяві частин або властивостей одного об'єкта іншому або за допомогою включення вже відомих образів в новий контекст. Процеси, що лежать в основі аглютинації, також дуже різноманітні: збільшення або зменшення об'єкта або його частин, узагальнення істотних ознак і ін. [Маклаков, 2008].

Різноманіття і складність процесів, що становлять механізми уяви, ведуть до наявності індивідуальних особливостей прояву уяви, коли люди розрізняються за ступенем розвитку уяви і по типу образів, якими вони оперують найчастіше.

Психологічний механізм має на увазі перетворення психологічної структури управління життєдіяльністю суб'єкта, тобто конструктів психічної організації суб'єкта. Узагальнюючи розгляд поняття «психологічний механізм», відзначимо тринітарну природу його використання. Априорі передбачається наявність загального принципу реалізації психічного процесу [Вилюнас, 1990; Татенко, 2003] або стратегії способу зміни стану структури [Психологическая энциклопедия, 2006]. Як вказує В. К. Вилюнас, фрейдівське витіснення – перш за все процесуальний феномен, проте цілком правомірним є припущення про існування спеціального механізму, який здійснює його, і залежить від того, що саме піддається витісненню [Вилюнас, 1990]. Незалежно від рівня аналізу, психологічний механізм може включати в себе інші механізми, зумовлені особистісним розвитком, і сам, в свою чергу, може бути частиною більш складно організованої структури, тобто він аналізується як «механізм механізмів». І, по-третє, на елементарному рівні в якості структурних одиниць можуть суб'єктивно відбиратися різні «сервомеханізми». Це призводить до того, що на сучасному рівні знань про психологічні механізми при конкретизації їх окремих структурних одиниць неминучий елемент довільності. Будь-які психічні процеси, суб'єктивно виділені дослідником, можуть трактуватися як психологічні механізми, тому і спостерігається така множинність їх виділення [Челдышова, 2009]. До того ж, різні автори дають психологічним механізмам різну інтерпретацію, розглядаючи їх автономні, структурні або концептуальні аспекти функціонування. Залежно від характеру завдань, які стоять перед дослідником, той чи інший аспект вивчення явища виступає на перший

план. Зрозуміло, що абсолютне протиставлення виділених аспектів неможливе і що мова може йти лише про те, яким з них при аналізі присвячується найбільше уваги.

Психологічні механізми, що лежать в основі регуляції життєдіяльності суб'єкта в світі, є однією з цілей здійснення впливу на нього, будучи частиною процесів управління поведінкою іншої людини. Поняття «психологічний механізм» допомагає пояснювати особливості корекції психологічної структури, здійснювані індивідумом. Розгляд його функціонування в більш широкому соціальному контексті та/або якомусь тимчасовому проміжку спричиняє до розширеного тлумачення поняття «психологічний механізм». Цей механізм може включати в себе сукупність умов, факторів, закономірностей взаємодії людини з навколишньою дійсністю, які впливають на її функціонування в світі. У зв'язку з цим виникає питання про розрізнення психологічних і соціально-психологічних механізмів.

Існує кардинальна точка зору, в основі якої лежить твердження (цілком обґрунтоване), що будь-який людський індивід не менше соціальний, ніж група або колектив, таким чином, і він, і його психіка «від самого початку і завжди соціальні» [Брушлинский, 1994: 19]. До того ж, управління поведінкою індивідуального суб'єкта, засноване на прогнозуванні та плануванні результатів, передбачає використання різних методів і засобів соціальних технологій. Соціально-психологічні механізми впливу включають всі засоби впливу – наслідування, зараження, навіювання, переконання, підкріплення та ін., маючи на увазі в тому числі і психологічні механізми. Як зазначає В. К. Вілюнас, без звернення до предметної сутності увагу, пам'ять, уяву, витіснення та ін. можна назвати психологічними механізмами, але їх застосування в конкретній ситуації завжди соціально зумовлено, тому цілком правомірно буде вважати і їх соціально-психологічними механізмами [Вилюнас, 1990]. І. Р. Сушков

дотримується аналогічної позиції: «всі психологічні відносини, що регулюють ... взаємодії людини, перетворюються в процесі її соціалізації на соціально-психологічні» [Сушков, 2008: 112].

Під психологічними механізмами будемо розуміти способи перетворення ментальних структур суб'єкта, їх корекцію, коли суб'єкт аналізується як замкнута система. Щойно ми переходимо до аналізу суб'єкта як відкритої системи в умовах взаємодії з середовищем, то психологічні механізми втрачають статус автономних процесів і стають частиною соціально-психологічних механізмів. Комунікація передбачає взаємодіючих суб'єктів і за своєю природою є соціально-психологічною [Луман, 2004], отже, і інформаційний вплив, що є частиною комунікації, і його механізми мають ту саму природу. З огляду на те, що суспільство відтворюється дискурсивними практиками складових його суб'єктів, комунікація індивідуальних суб'єктів в широкому соціальному контексті може бути розглянута як комунікація представників колективних суб'єктів. Коли ж в якості об'єктів соціальної психології виділяються спільноти людей, то властиві їм особливі психологічні факти, закономірності та механізми є соціально-психологічними за визначенням [Челдышова, 2009; Основи..., 2008; Слюсаревський, 2008].

Психологічні механізми можуть бути розглянуті як діяльність суб'єкта по перетворенню його ментальних структур. Організація механізмів подібна організації тексту: виділяються мета діяльності, структура діяльності, що включає механізми нижчого рівня, в основі яких лежать набори елементарних психічних дій. Якщо перетворення ментальних структур відбуваються в ході аутокомунікації суб'єкта, можна говорити про власне психологічні механізми. Доповнення ментальних структур суб'єкта фрагментами структур інших суб'єктів в ході взаємодії зі світом дозволяє говорити про соціально-психологічні механізми.

Розвиненість рефлексивних можливостей суб'єкта дозволяє йому здійснювати планування, оперативне управління і корекцію процесу перетворення ментальних структур, які є діяльністю над діяльністю. Ці процеси можуть бути самостійними видами діяльності, здійснюваними в ході взаємодії зі світом. У разі зрілості суб'єкта частина психологічних механізмів функціонує в згорнутому вигляді (автоматизованому), звільняючи ресурси суб'єкта для конструювання більш складних ментальних структур.

#### **4.2. Психологічні механізми сприйняття інформації**

Процес реконструкції дискурсу, закладеного в інформації, починається з її сприйняття. Інформацію можна розглядати як потенційну суб'єкт-суб'єктну комунікацію, хоча наочно присутня тільки одностороння взаємодія «суб'єкт – інформація (об'єкт)». Вихід за межі типового для психології дуалізму S-O (суб'єкт-об'єкт) дозволить крім вивчення «психічного через психічне» використовувати в дослідженні аналіз соціального контексту ситуації комунікації [Андреева, 2009; Касавин, 2013]. Для аналізу сприйняття інформації розширимо рамки цього процесу «за межі безпосередньої інформації» [Брунер, 1977] і розглянемо його в більш широкому контексті, не тільки як вузько тлумачений процес прочитання ізольованого тексту, а як частину соціальної взаємодії споживача і автора інформації, що забезпечує якість моделі психічного [Доценко, 1997].

У зв'язку з тим, що в сучасних науках про пізнання «починають переважати не теорія, а методи і підходи» [Касавин, 2013: 196], для вивчення механізмів сприйняття застосуємо тринітарний підхід. Сприйняття інформації будемо розглядати як взаємодію споживача зі знаковим текстом, як комунікацію з автором інформації, як рефлексію значущості інформації для життєдіяльності споживача [Плющ, 2016d].



У психології терміном «сприйняття» позначається суб'єктивний образ предмета, явища або процесу, який безпосередньо впливає на аналізатор або систему аналізаторів, а також процес формування цього образу [Большой психологический ..., 2003]. Сприйняття є безпосереднім відбитком предмета (явища, процесу) в його об'єктивній цілісності, який супроводжується або опосередковується понятійним апаратом, тобто позначається словом, назвою того, що людина сприймає. При соціально-психологічному вживанні термінів «сприйняття» і «перцепція» зазвичай передбачається саме цей другий, результуючий аспект, зафіксований в індивідуальному образі значимого соціального об'єкта [Андреева, 2007].

Різноманітність робіт, в центрі уваги яких знаходяться проблеми сприйняття, так само величезна, як і відмінності в описі механізмів, що складають цей процес [Барабанщиков, 2002; Брунер, 1977; Дейк, 1989; Дридзе, 1996; Зимняя, 1976; Лотман, 1996 и т.д.]. В основі нашої імпліцитної (перед)теорії аналізу сприйняття інформації лежить тягла ще від Аристотеля тринітарна модель комунікації: автор – текст – читач [Аристотель, 2000]. Відповідно до запропонованого розумінням можна виділити три основні підходи вивчення процесів сприйняття інформації, які ми позначимо як інформаційний, герменевтичний, екзистенціальний.

У рамках інформаційного підходу сприйняття розглядається як процес взаємодії суб'єкта зі зовнішнім світом, з інформацією (текстом). Інформація розуміється як «видимий» обмежений текст, який представляє якийсь образ фрагмента світу, що його споживач повинен реконструювати. Іншими словами, «проблема сприйняття повинна бути поставлена і розроблятися як проблема психології образу світу» [Леонтьев, 1983: 251–252], який транслюється за допомогою тексту.

Аналізуючи процес сприйняття суб'єктом інформації, необхідно спочатку розуміти контекст ситуації сприйняття, що зумовлює особливості протікання цього процесу. Експлікуючи роль автора, приходимо до

герменевтичного підходу, коли сприйняття інформації означає процес комунікації з автором цієї інформації, «цементованій комунікативною інтенцією» [Дридзе, 1984]. Сприйняття дозволяє реконструювати смисловий зміст тексту, який було закладено автором. Внаслідок цього поняття «сприйняття» не дуже може застосовуватись до тексту, де більш природно виглядає «розуміння» [Брудный, 1998; Леонтьев, 1997]. Текст (і його смисли) розглядається не сам по собі, а як частина комунікації, де суб'єкти переслідують свої цілі, але інтегровані в загальне соціальне середовище [Гальперин, 2004; Дейк, Кинч, 1988]. При цьому «розуміння» завжди означає «розуміння Іншого» [Гадамер, 1988].

Розуміння тексту – це неодмінно вторинне розуміння, розуміння зрозумілого [Зимняя, 1976; Лотман, 1996]. Інформація може розглядатися як «текст у тексті» [Лотман, 1996], як фрагмент аутокомунікації суб'єкта, коли процес сприйняття постає як «подія» в життєдіяльності суб'єкта [Барабанщиков, 2002]. При цьому сприйняття інформації має екзистенційний характер, воно підпорядковане поставленому завданню, і це не лише операції, здійснювані в голові індивіда, а й акти взаємодії зі світом, які не просто інформують суб'єкта, а й трансформують його [Найссер, 1981]. Розуміння тексту – це і розуміння іншого суб'єкта (автора), і розуміння себе в зв'язку з відкритими новими смислами. Завдання на сенс передбачає визначення місця того чи іншого об'єкта або явища у власній життєдіяльності [Леонтьев, 2003]. У рамках екзистенціального підходу процес сприйняття – це процес прийняття інтелектуального рішення [Брунер, 1977; Сергиенко, 2006], в ході якого суб'єкти за допомогою інформації породжують самих себе [Матурана, Варела, 2001].

На підставі запропонованого тринітарного підходу виділені три напрямки вивчення процесів сприйняття інформації, які описують розгортання цих процесів в трьох вимірах життєвого світу суб'єкта [Поппер, 1983; Хабермас, 2003]: фізичного (інформації), соціального (суб'єкт-

суб'єктної комунікації автора і споживача інформації), ментального (рефлексія значущості інформації для життєдіяльності суб'єкта) . Інформація являє собою текст, який одночасно є знаковим, соціальним, дискурсивним. У цьому тексті послідовність знаків висловлює закладені автором смисли і є інструментом, що сприяє автору досягати запланованих цілей. При такому розумінні сприйняття інформації буде означати реконструкцію споживачем фрагмента дискурсу автора на основі інтерпретації артикульованого тексту. Сприйняття є діяльністю споживача інформації, що складається з його дій з реконструкції дискурсу автора інформації, і ця діяльність може бути розглянута як текст. Кінцевою метою сприйняття є прийняття рішення про внесення змін до дискурсу споживача інформації, що дозволяють йому успішно функціонувати в складноорганізованому світі. При цьому знаки, смисли і цілі не стільки в самій інформації, скільки в «голові» у читача, здатного їх реконструювати.

Психологічний механізм розглядатимемо як «структуру певним чином пов'язаних психічних процесів, здійснення яких призводить до специфічного результату» [Налчаджян, 1988], яка виникає в процесі самоорганізації суб'єкта [Хакен, Хакен-Крелль, 2002]. Тобто «психологічний механізм» також може бути розглянуто як текст, який має тринітарну організацію. Задум механізму в найбільш узагальненому вигляді являє собою загальний принцип реалізації психічних дій [Вилюнас, 1990; Татенко, 2003], що забезпечує досягнення результату. Як елементи механізму можуть розглядатися базові психологічні «сервомеханізми» (психічні дії), які служать матеріалом для створення складніших механізмів [Брушлинський, Шихирев, 1998]. Практичне ототожнення понять психічний «процес» і психічний «механізм» [Агеев, 1990; Вилюнас, 1990] має наслідком розуміння психологічного механізму як складеної суб'єктом складноорганізованої структури елементарних механізмів, яку можна розглядати як «механізм механізмів» (структуру дій).

Розглядаючи інформацію як знаки (тексту), смисли (автора), цілі (споживача), приходимо до розуміння існування трьох кардинально різних концептуальних механізмів сприйняття інформації: розпізнавання знаків, розуміння смислів, антиципація цілей (рис. 4.2.1). Психічні дії суб'єкта (психологічні механізми), за допомогою яких здійснюється сприйняття інформації, розгортаються в його різних ментальних вимірах. У фізичному вимірі інформація (текст) являє собою осмислену послідовність будь-яких знаків, основними властивостями якої є зв'язність і цілісність [Трофимова, Кузнецова, 2010]. Суб'єкт на основі існуючого у нього дискурсу розпізнає знаки, які становлять матеріальну тканину тексту. У соціальному вимірі сприйняття означає перехід від знака до значення. Сенс знака змінюється в залежності від контексту, поза яким знак не має сенсу. У зв'язку з тим, що текст не має єдиного принципу структурності, значення його знаків визначається контекстами, заданими автором [Лотман, 1996]. Сприйняття інформації означає комунікацію з автором інформації і розуміння закладених ним смислів (шляхом реконструкції контекстів тексту). Як вказує Г. Гадамер, той, хто хоче зрозуміти текст в цілому, завжди робить припущення. Розуміння перш за все означає здатність поставити себе на місце Іншого і розглянути звідти себе самого [Гадамер, 1988]. У ментальному вимірі розуміння інформації забезпечується якістю рефлексивних процесів, що дозволяють передбачити цілі її застосування, які можуть змінюватися в ході самого процесу сприйняття.

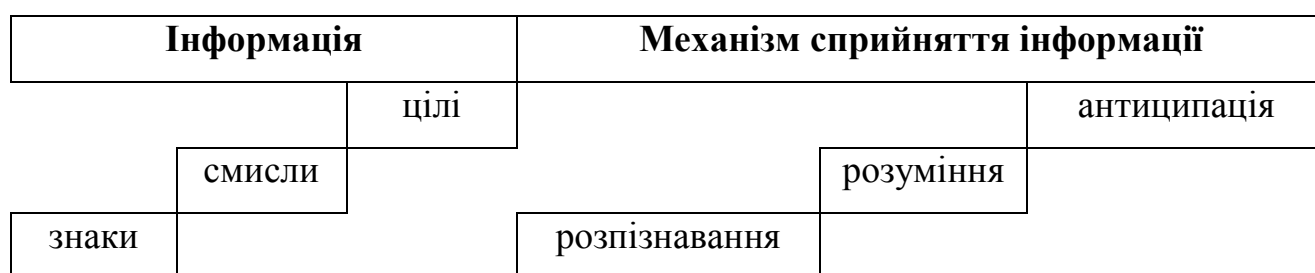


Рис. 4.2.1. Схема концептуальних психологічних механізмів сприйняття інформації

Цілісний процес сприйняття інформації умовно був поділений на психічні дії (окремі механізми), які не реалізуються послідовно, а представлені в єдиному процесі когнітивного аналізу в різних вимірах ментальної організації суб'єкта. Розглядаючи сприйняття інформації як складноорганізовану структуру, кожен із запропонованих механізмів, в свою чергу, можна аналізувати крізь призму запропонованого методу аналізу.

Розпізнавання знаків на основі існуючого знання також розглядається як триєдиний процес розпізнавання частин, контексту, цілого. Найдрібніші структурні елементи знака референтну (позначальну) функцію виконують тільки в контексті більш великих значущих одиниць. При цьому знаки можуть бути різної складності, наприклад, літери, слова, текст в цілому, який також може виступати в якості знака. В цілому процес розпізнавання є нічим іншим, як процесом створення образу, який не залежить від складності цього способу [Хакен, Хакен-Крелль, 2002].

Знак несе інформацію, тобто володіє сенсом для сприймаючого його суб'єкта, тільки як цілісність, а його реконструкція як організованої цілісності передбачає прикладання додаткових когнітивних зусиль. У роботах О.Ю. Артем'євої було доведено, що при зустрічі з інформацією передусім актуалізується її недиференційований сенс [Артемьева, 1999]. Процес розпізнавання знаків розгортається в процес їх категоризації, який являє собою необхідний етап пізнання на переході від сприйняття знаків до їх осмислення, коли відбувається віднесення одиничного об'єкта, події, переживання до деякого класу значень, до певної категорії. В основі набуття сенсу лежать три елементарні функції, які полягають у тому, щоб назвати предмети реального світу (номінація), привести назване в зв'язок один з одним (предикація), локалізувати назване в просторі і часі (локація) [Степанов, 1985].

Розуміння смислів, закладених автором в тексті, з процесуальної точки зору, являє собою смислоутворення, яке включає а) актуалізацію

мережі понять текстових одиниць аналізу; б) виявлення семантичних зв'язків (локальної зв'язності) в тексті шляхом конструювання контекстів; в) реконструкцію цілісного семантичного простору, що дозволяє здійснити розуміння смислів тексту [Потапова, 2005]. Даний процес організований циклічно на основі дискретизації тексту, виявлення в ньому логічної структури складових частин. Розпізнавання знаків (одиниць) інформації забезпечується когнітивною складністю дискурсу, яка виражається в запасі наборів знаків, зумовленому способами дискретизації комунікативного потоку. Розуміння смислів одиниць інформації зумовлено виділенням частини тексту, що включає в себе ці одиниці, тобто задаванням контексту сприйняття. Конструювання суб'єктом взаємозв'язків між семантичними одиницями передбачає можливість надання сенсу цій частині тексту.

Розуміння смислів тексту здійснюється з точки зору суб'єкта, що займає певну позицію в сконструйованому семантичному просторі, який домислюється читачем на основі фрагментів інформації [Плющ, 2010а]. Зміна позиції суб'єкта в цьому просторі веде до встановлення ним нових взаємозв'язків, що спричиняє смислові відтінки в розумінні тексту. Багатство допустимих значень інформації зумовлено різноманіттям набору можливий ролей споживача інформації, яке передбачає його соціальну компетентність. Реконструкція смислу частини тексту споживачем інформації дозволяє ідентифікувати позицію автора, а інтеграція споживачем частин тексту в цілісний текст дозволяє зрозуміти логіку конструювання тексту автором інформації і припустити його цілі.

Відмінності в організації семантичних просторів споживача і реконструйованого ним простору автора дозволяють запуснути процеси аналізу застосування автором тих чи інших прийомів конструювання тексту. В результаті може стати можливим розуміння цілей автора (розпізнавання його дискурсу). Як вказує Т.З. Адамьянц, це складноорганізований процес, що передбачає високий рівень володіння комунікативними навичками

[Адамьянц, 2009]. Не кожен зі споживачів інформації здатен розрізнити суб'єкта, який входить з ним в комунікацію: може бути прочитаний текст, але «не прочитана» позиція автора. Невміння (або небажання) споживача розрізнити в інформації позицію і цілі автора призводить до того, що споживач слідує нав'язаній логіці автора (згадаймо легенду про «щуролова»), трактуючи її як єдино правильну точку зору, як «об'єктивну» істину, до якої він сам дійшов.

Антиципація цілей споживача інформації передбачає рішення про практичну значимість (доцільність) інформації для нього. Для цього необхідно вийти за рамки ситуації сприйняття інформації, помістивши її в більш широкий соціальний контекст. Завдання значення ситуації для споживача, досить часто здійснюється автоматично, має на увазі визначення меж його функціонування, що зумовлюють розпізнавання соціальної ролі в конкретній ситуації. Цим забезпечується розуміння сенсу завдань, що стоять перед споживачем в ситуації сприйняття інформації. Наступним етапом стає цілепокладання, що дозволяє суб'єкту в конкретній ситуації прийняти рішення про практичну цінність процесу сприйняття в цілому та інформації зокрема. При цьому слід врахувати, що коли ролі і соціальний контекст ситуації спочатку мають на увазі, мета сприйняття інформації може задаватися ще до початку самого процесу.

Сприйняття інформації включає аутокомунікацію споживача інформації (комунікацію в комунікації). Зустріч з новим фрагментом дискурсу автора запускає оцінювання цінності цього фрагмента для споживача (антиципацію цінності невідомого нового), що має на увазі розпізнавання власного дискурсу і розуміння дискурсу іншого. Використання фрагмента дискурсу іншого суб'єкта для поновлення власного (породження себе) знову ж має на увазі антиципацію цінності оновленого дискурсу (антиципацію антиципації). Сприйняття інформації перетворюється в процес породження себе при кожній зустрічі з новим

фрагментом дискурсу автора. Це дає можливість розглядати сприйняття інформації як процес самоорганізації споживача, що дозволяє удосконалювати його дискурс.

З точки зору соціального конструктивізму, психологічні процеси, включаючи сприйняття інформації, кореняться в соціальних інтеракціях людей, і цінність будь-якого дискурсу полягає не тільки в здатності відображати дійсність, а й у можливому сприянні здійсненню відносин [Джерджен, 2003]. Адекватність сприйняття інформації в ході комунікації, що забезпечує розуміння людьми один одного, зумовлена схожим алгоритмом інтерпретації інформації:

- виділенням значущих одиниць в безперервному комунікативному потоці інформації;
- виявленням характеру зв'язку між одиницями в заданому сегменті тексту, що дозволяють надати сенс цьому фрагменту інформації;
- інтеграцією різних фрагментів інформації в цілісну картину, що, в кінцевому підсумку, дозволяє реконструювати цілі використання інформації.

Сприйняття інформації зумовлено цілями споживача, відповідно до яких він управляє розгортанням цього процесу, в ході якого ці цілі можуть коригуватися, в тому числі і під впливом проміжних результатів сприйняття інформації. Реконструкція дискурсу автора зумовлена потенціалом дискурсу споживача і обмежена часовими рамками ситуації сприйняття. Розпізнавання конструктивних знакових елементів, встановлення їх взаємозв'язків і інтеграція в єдине ціле дозволяють реконструювати семантичний простір, домисливши його відсутні елементи. У цьому просторі мається на увазі імпліцитна позиція автора, яка реконструюється на основі розуміння смислових відмінностей в інтерпретації інформації зі споживачем інформації, який займає позицію в цьому ж просторі. На підставі соціального досвіду споживача реконструюються (прогнозуються)



задуми автора інформації (адекватна реконструкція передбачає, що складність організації дискурсу споживача повинна відповідати складності дискурсу автора інформації). Рефлексивний аналіз комунікації з автором дозволяє зробити припущення про цінності його дискурсу для життєдіяльності споживача (досить часто це відбувається автоматично, до початку сприйняття інформації, коли автору довіряють і взаємодія з ним не рефлексується). Антиципація значущості інформації зумовлена прогнозом можливості використання інформації споживачем в передбаченні його майбутніх ролей в мінливому світі, в рамках яких він може використовувати отриману інформацію (антиципація антиципації).

Спочатку психологічні механізми сприйняття інформації були задані нами як психічні дії по реконструкції дискурсу, вираженого в артикульованому тексті (інформації). Оскільки організація дискурсу відтворює тринітарну організацію життєвого світу суб'єкта (фізичного, соціального, ментального), для кожного з вимірів дискурсу було виділено специфічний механізм. Ці три механізми діють спільно, можна сказати, паралельно, це єдиний процес в різних вимірах дискурсу.

Подальший аналіз процесу сприйняття інформації дозволяє помітити, що організація кожного з цих механізмів подібна цілісній організації процесу: розпізнавання елементів досвіду, розуміння способів їх комбінування в наявній ситуації, антиципація результату їх системної інтеграції. У кожному з ментальних вимірів дискурсу відбувається наростання складності виділених елементів. Наприклад, знаком можуть виступати літери, слова, текст в цілому. Сенс тексту складають значення слів, пропозицій, частин тексту. Цілі застосування інформації можуть розгортатися в міру розуміння сенсу інформації та цілей автора інформації. Незалежно від виділених складових інформації в кожному вимірі дискурсу відтворюється універсальна модель розвитку психологічного знання: синкрет – диференціація – синтез (інтеграція на основі підвищеної

складності) [Гусельцева, 2013], коли можна говорити про послідовне розгортання цих механізмів. Реконструкція складноорганізованих структур дискурсу в кожному з ментальних вимірів відбувається шляхом послідовного розгортання механізмів нижчого рівня організації, тобто кожен з цих механізмів в своєму вимірі дискурсу являє послідовність процесів (механізм механізмів) (мал. 4.2.2).

Схожість організації цілісного процесу сприйняття і кожного з його концептуальних механізмів призводить до того, що ці механізми виявляються вкладеними один в одного. Так, розпізнавання знаків включає в себе і розпізнавання елементів структури цього знака. Розуміння смислів (автора) передбачає розуміння його способів конструювання семантичного простору на основі розуміння складових його конструкцій. Антиципація цілей (читача) має на увазі антиципацію (передбачення) значущості інформації в передбачуваній ситуації її використання. Можна говорити про голографічну організацію цілісного механізму сприйняття, коли будь-який його складовий механізм несе інформацію про організацію цілого [Аршинов, 1999].

Щоб задати розуміння механізмів сприйняття інформації, довелося розширити контекст розгляду і вийти за межі безпосередньої ситуації сприйняття інформації. Сприйняття інформації споживачем розглядається як частина комунікації з автором інформації, в ході якої здійснюється їх дискурсивна взаємодія, підпорядкована розумінню споживачем цінності реконструйованого дискурсу автора інформації. Результатом сприйняття інформації стає перетворення дискурсу споживача. Це дає йому можливість будувати все більш складно організовану модель світу, яка дозволяє розуміти інших суб'єктів і організовувати з ними спільну життєдіяльність.

<b>Механізм</b> <i>Механізми механізмів</i>	<b>Розпізнавання знака</b>	<b>Розуміння сенсу</b>	<b>Антиципація мети</b>
<i>Механізми антиципації мети</i>			<b>Антиципація</b> спільного дискурсу
			<b>Розуміння</b> дискурсу Іншого
<i>Механізми розуміння сенсу</i>		<b>Розпізнавання</b> власного дискурсу	
		<b>Антиципація</b> сенсу цілого	
<i>Механізми розпізнавання знаків</i>	<b>Розуміння</b> зв'язків	<b>Розуміння</b> зв'язків між елементами	
	<b>Розпізнавання</b> частин знака	<b>Розпізнавання</b> смыслових елементів	
	<b>Антиципація</b> цілого знака		

Рис. 4.2.2. Модель організації психологічних механізмів сприйняття інформації

З точки зору змісту, дискурс являє собою впорядковану структуру накопиченої інформації відповідно до логіки життєдіяльності (життєвого сценарію) суб'єкта. Обмеженість ресурсів суб'єкта передбачає, що в конкретній ситуації сприйняття будуть задіяні не всі структури дискурсу, відбувається актуалізація його фрагмента, а більшу частину структури буде згорнуто.

Наприклад, у зрілому віці не доводиться прикладати усвідомлені зусилля до розпізнавання букв тексту, це відбувається в автоматичному режимі. Антиципація мети сприйняття інформації призводить до того, що відбуваються налаштування інструменту комунікації, актуалізація фрагментів дискурсу читача, що дозволяють здійснювати переробку інформації.

Попереднє завдання (актуалізація) дискурсу передбачає, що інформацію суб'єкт аналізує крізь призму свого дискурсу (явище установки), що дозволяє економити ресурси при сприйнятті інформації – немає необхідності кожного разу відновлювати дискурс автора поелементно. Розгортання організації дискурсу споживача в ході інтерпретації інформації дозволяє реконструювати дискурс автора, який піддається порівнянню з наявним дискурсом в ході імпліцитної комунікації суб'єктів. Наслідком цього може бути доповнення дискурсу читача значущими структурними елементами дискурсу автора, виявленими на основі інтерпретації інформації. Тобто в ході сприйняття дискурс читача не залишається незмінним, що може запускати циклічні процеси реконструкції дискурсу автора. Відзначимо трояку роль дискурсу читача при сприйнятті інформації. Дискурс постає інструментом аналізу іншого дискурсу, простором взаємодії наявного дискурсу споживача і реконструйованого дискурсу автора, метою (власним майбутнім станом дискурсу), яка конкретизується в ході самого процесу.

Як концептуальні психологічні механізми сприйняття інформації виділяємо розпізнавання, розуміння, антиципацію, які є базовими, або такими, що породжують. При зустрічі з інформацією ці механізми розгортаються в кожному з вимірів дискурсу, забезпечуючи визначення структурних елементів інформації. На основі цих елементів, які, в свою чергу, є і конструктивними елементами дискурсу споживача, реконструюється дискурс автора (за подобою організації дискурсу споживача). Конструктивна складність організації цього процесу дозволяє досліднику суб'єктивно виділяти його різні змістовні аспекти, трактуючи їх як психологічні механізми сприйняття інформації. В якості універсальних «сервомеханізмів» сприйняття інформації виділимо такі основоположні психологічні механізми (процеси), як пам'ять, мислення, рефлексія.

Сприйняття інформації – це реконструкція дискурсу автора інформації, порівняння з наявним дискурсом споживача і, в разі необхідності, корекція дискурсу останнього. Психологічні механізми сприйняття інформації визначені як структури психічних дій, що забезпечують здійснення цього процесу. Це спричиняє те, що механізми сприйняття інформації будуть відповідати механізмам реконструкції дискурсу автора інформації та механізмам перетворення дискурсу споживача. Наслідком такого розуміння є те, що складність механізмів сприйняття інформації зумовлена складністю організації дискурсу споживача інформації: знаки якої складності він виділяє, семантичні простори якої складності він конструює, які цілі ставить перед собою.

Конкретна структурна модель механізмів сприйняття може конструюватися дослідником виходячи зі складності організації дискурсу споживача інформації, яка мається ним на увазі, що дозволяє споживачеві оперувати закладеними в інформації знаками, смислами, цілями різної конструктивної складності. При цьому треба враховувати існуюче різноманіття визначень базових механізмів, коли той самий психічний

процес може позначатися різними термінами, наприклад: антиципація, передбачення, прогнозування, випередження, інтерполяція, екстраполяція, апперцепція і ін. [Сергиенко, 2006]. У дослідника є багатий вибір можливостей для позначення виділеного ним механізму, при цьому дії над конструктами різної природи, що виконують одну функцію, також можуть мати різне позначення, що пояснює різноманіття виділених в науковому середовищі механізмів сприйняття інформації.

Запропонована модель сприйняття інформації ґрунтується на тринітарному розумінні інформації, яка розглядається як сукупність знаків, що породжують смисли, які виражають цілі автора. Це дозволяє говорити про функціонування трьох одночасних (паралельних) механізмів сприйняття інформації: розпізнавання знаків, розуміння смислів, антиципація цілей. Визначаючи вихідні, фундаментальні механізми, які породжують самостійно і/або в комбінації один з одним всі процеси сприйняття інформації, задаємо «правила породження» цих процесів сприйняття. Кожен з концептуальних механізмів при докладнішому аналізі розглядається як послідовність механізмів, наприклад, розпізнавання знаків, як зазначено вище, включає в себе послідовне розпізнавання елементів знака, розуміння їхніх зв'язків, антиципацію значення цілого знака. З огляду на те, що знаки, смисли, цілі мають складну організацію і сприйняття їх складної організації йде від простих елементів до складних (наприклад, можна розглянути таку наростаючу складність знаків – буква, слово, речення), то механізми розгортаються як вкладені, коли розпізнавання слів стає можливим на підставі розпізнавання букв.

Сприйняття інформації розглянуто крізь призму соціальної взаємодії споживача і автора інформації. Заданий формат соціального контексту, в рамках якого вивчається процес сприйняття інформації, дозволяє аналізувати цей процес як реконструкцію дискурсу автора інформації, як дискурсивну взаємодію, як корекцію дискурсу споживача інформації.

Організація психологічних механізмів сприйняття інформації подібна до організації тексту. Є базові дії (розпізнавання, розуміння, антиципація), існують правила оперування ними (послідовне, паралельне, вкладене поєднання цих «елементів») і присутній споживач інформації, складність організації дискурсу якого дозволяє створювати складноорганізовані структури. Споживач інформації виділяє в інформації структурні елементи трансльованого дискурсу (знаки, смисли, цілі). Як результат, конструюється складноорганізований механізм, складений з елементарних психологічних механізмів, який дозволяє споживачу реконструювати фрагменти дискурсу, закладені в інформації.

Представлена модель організації механізмів сприйняття інформації має масштабну інваріантність. У ній задані елементи моделі механізмів сприйняття інформації і способи їх інтеграції. Конкретна структурна модель механізмів сприйняття розгортається дослідником виходячи з передбачуваної складності організації дискурсу споживача інформації, що дозволяє споживачеві оперувати знаками, смислами, цілями різної конструктивної складності, закладеними в інформації.

#### **4.3. Синергетична модель організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу**

##### ***Розуміння цілісної організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу***

Процес інформаційного впливу розглядається як поширення інформації суб'єкта впливу в ході соціальних комунікацій з метою просування його дискурсу [Плющ, 2010b]. Інформаційний вплив на споживача зумовлений форматом розгортання просторів його взаємодій з інформацією: інформаційного, соціального, ментального. У ситуації сприйняття інформації споживач інформації аналізується в трьох проекціях:

як автономний суб'єкт, як такий, що взаємодіє з іншими суб'єктами, і як частина суспільства. У синергетичному розумінні інформаційний вплив включає в себе вплив інформації, автора інформації, дискурсу автора інформації. Можна виділити три концептуальних типи інформаційного впливу: безпосередній вплив знакового тексту інформації, опосередкований вплив автора, індукований вплив дискурсу автора [Плющ, 2016b].

На автономного споживача інформації впливає інформація як знаковий текст. Споживач, як взаємодіючий зі світом суб'єкт, крім знакового тексту виявляється під впливом автора інформації, який може розумітися як соціальний текст (комунікація автора і споживача). За аналогією з організацією тексту (сукупність знаків, автор, задум), організацію соціального тексту можна уявити як сукупність дій акторів, автора (групового суб'єкта), задум (спільний дискурс у ситуації взаємодії). На споживача інформації, який усвідомлює себе частиною суспільства, крім знакового тексту і автора інформації, впливають його уявлення про суспільство (правила взаємодії суб'єктів спільнот), виражені в дискурсі споживача. У ході комунікації взаємодія зі знаковим текстом, з автором інформації доповнюється аутокомунікацією споживача, яку можна розглядати як (ре)конструйований дискурсивний текст. Під цим текстом розуміється сукупність дискурсів споживача інформації в різних рольових позиціях, споживач інформації (розглянутий як автор життєдіяльності), задум тексту (програма життєдіяльності споживача інформації в спрогнозованому світі).

Виділені типи текстів відрізняються природою елементів. У знаковому тексті елементом є семантична одиниця, в соціальному тексті – артикульований текст (повідомлення як дія), в дискурсивному тексті – фрагмент дискурсу, обмежений роллю суб'єкта в часі і просторі.

Конструювання знакового тексту представляє собою моделювання дійсності через задавання багатозначних семантичних одиниць (задавання



тезауруса тексту). Автор, вибираючи семантичні одиниці тексту, може впливати на форматування споживачем семантичного простору. Тезаурус тексту дає можливість споживачеві домислити модель фрагмента світу і припустити позицію автора в ньому. Дискретизація тексту читачем, конструювання його фрагментів дозволяють надати сенс семантичним одиницям в рамках цих фрагментів і задати спектр можливих позицій автора. Інтеграція фрагментів тексту відповідно до логіки з'єднання фрагментів в цілісний текст дає можливість споживачеві відстежувати траєкторію руху автора, конструюючи як очікування подальших подій в семантичному просторі тексту, так і прогнози маршруту руху думки автора.

Просування дискурсу суб'єкта впливу передбачає упаковку фрагмента дискурсу в інформацію, яка досягається вибором семантичних одиниць (що дозволяють конструювати семантичний простір певної організації), задаванням позицій автора і логіки конструювання структури тексту відповідно до цілей автора. Діяльність по конструюванню знакового тексту передбачає імпліцитні процеси моделювання дійсності, змістоутворення, цілепокладання. У загальному випадку реконструкція споживачем фрагмента дискурсу автора, закладеного в інформації, може обмежуватися моделюванням фрагмента дійсності в рамках власного дискурсу, не обов'язково припускаючи розпізнавання позиції автора і закладених ним смислів. Прогнозування цілей автора має на увазі складність ментальної організації споживача, що дозволяє йому проводити рефлексивний аналіз використовуваних автором засобів конструювання тексту: осмислення вибору тезауруса, виявлення набору позицій автора, відновлення логіки конструювання структури тексту. Реконструкція споживачем дискурсу суб'єкта впливу на основі сприйняття знакового тексту інформації зумовлена когнітивною складністю організації дискурсу споживача інформації.

Конструювання взаємодії споживача з автором інформації (або соціального тексту) починається зі створення суб'єктом впливу елементів комунікації – артикульованих текстів (повідомлень). Своє значення інформація набуває тільки в контексті ситуації комунікації, будучи (знаковим) текстом в (соціальному) тексті, де автор в рамках намічених ним правил комунікації має на увазі різну ступінь участі суб'єктів при конструюванні спільного дискурсу. Таке контекстуальне розуміння інформації призводить до того, що комунікативні процеси розглядаються як такі, що йдуть на двох рівнях: текстовому і соціальному [Бейтсон, 2000; Почепцов, 2001в]. Організація потоків інформації виглядає наступним чином: виробництво інформаційних текстів та їх поширення в рамках якоїсь парадигми комунікації. Організація соціальної взаємодії має на увазі задавання дійових осіб, простору їх взаємодії (де соціальна структура буде зумовлювати ролі суб'єктів взаємодії) і правил конструювання спільного дискурсу (метадискурсу комунікації). Для більшості споживачів інформації соціальні структури, які зумовлюють комунікацію, не володіють самостійним онтологічним статусом, вони виникають і відтворюються в самому процесі комунікації завдяки соціальній компетентності співрозмовників, їх навичок і умінь [Джерджен, 2003].

У конкретній ситуації комунікації трансляція потоку інформації і соціальна взаємодія організовані відповідно до дискурсу суб'єкта впливу, але в його різних рольових позиціях (автора потоку інформації і суб'єкта взаємодії). У зв'язку з тим, що дискурс суб'єкта впливу міститься в організації метатексту інформації та соціального тексту, а його реконструкція передбачає певний рівень соціальної компетентності споживача, можна говорити про опосередкований інформаційний вплив.

В якості автора дискурсивного тексту виступає споживач інформації як суб'єкт життєдіяльності. Конструювання суб'єктом впливу інформації передбачає задавання цінності інформації для життєдіяльності споживача

інформації. Це досягається використанням в інформації фрагментів дискурсу споживача: впізнаваної моделі світу, відомої соціальної організації суспільства, привабливих цілей життєдіяльності. Дискурсивний текст споживача формується на основі інтеграції цілісного дискурсу повсякденної реальності, в яку занурений споживач, системного дискурсу його простору соціальних комунікацій (частиною якого є комунікація з автором інформації) і (ре)конструйованого нормативного дискурсу споживача.

Суб'єкт впливу, транслюючи в інформації фрагменти дискурсу споживача, запускає процеси самоорганізації споживачем власного дискурсу, який домислюється в ситуації комунікації. Споживач, використовуючи наявний у нього дискурс, поєднує конструкти реконструйованого дискурсу автора з уже наявною організацією дискурсу, створюючи оновлений метадискурс комунікації. Надалі відбувається інтеграція безпосередніх уявлень споживача про дійсність, метадискурсу, конструйованого в ході комунікації, і нормативного дискурсу споживача. Вдосконалений нормативний дискурс (як програма життєдіяльності споживача) проходить перевірку в ході життєдіяльності. Конструювання дискурсивного тексту споживачем зумовлено процесами його самоорганізації і дозволяє реалізувати основні функції дискурсу – як інструменту реконструкції дискурсу автора; як простору конструювання спільного дискурсу взаємодіючих суб'єктів; як результату вдосконалення дискурсу споживача.

Рішення про значимість інформації для споживача приймається на основі його переконаності в її якості, в її «правильності». Цьому сприяють когнітивна складність організації дискурсу, соціальна компетентність споживача, потенціал його самоорганізації. Засвоєння споживачем фрагментів дискурсу суб'єкта впливу в якості конструктів власного дискурсу зумовлено переконанням споживача в необхідності удосконалення власного дискурсу, готовністю до внесення у нього змін. Конструювання

оновлюваного дискурсу зумовлено як «конкуренцією», так і «сумісністю» дискурсів. Оновлення дискурсу, включення в його склад фрагментів дискурсів інших суб'єктів відбуваються за умови визнання якості пропонованих фрагментів дискурсу, метадискурсу комунікації і оновленого дискурсу в цілому. Критеріями якості дискурсів можуть виступати їхня відповідність досвіду, опора на думку інших при оцінці якості (наприклад, може бути прийняття панівної точки зору), внутрішня логічність пропонованого дискурсу. Присвоєння фрагментів дискурсу суб'єкта впливу може призвести до того, що споживач стає співавтором трансльованого дискурсу, відтворюючи його у власних текстах, у комунікаціях, у життєдіяльності.

Розглядаючи інформаційний вплив як діяльність з просування дискурсу суб'єкта впливу, виділяємо три соціально-психологічні механізми інформаційного впливу: конструювання знакового тексту інформації, створення соціального контексту комунікації, програмування дискурсу споживача. Ці механізми дозволяють організувати вплив інформації в різних вимірах ментальної організації споживача, коли дискурс суб'єкта впливу розгортається у вигляді текстів різної природи – знакової, соціальної, дискурсивної. В інформації дискурс суб'єкта впливу поділяється на складові, які споживачем зводяться назад в цілісний дискурс. Знаковий текст дозволяє іншим суб'єктам безпосередньо ознайомитися з фрагментами дискурсу суб'єкта впливу. Діяльність по просуванню дискурсу суб'єкта впливу як частини соціального тексту групового суб'єкта (автора і читача) буде опосередкована впливом спільного дискурсу групового суб'єкта, сформованого в ході ситуації комунікації. Діяльність по просуванню дискурсу суб'єкта впливу як частини дискурсивного тексту суспільства, який засвоює споживач в ході соціалізації, буде зумовлена якістю дискурсу суб'єкта впливу, його роллю в організації соціетального дискурсу, який сприяє побудові життєздатного суспільства.

Тринітарність, притаманна організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу, простежується і в організації окремих соціально-психологічних механізмів, зокрема, в конструюванні інформаційних текстів різної природи. Відповідно до мети автора задається набір елементів (в вербальному тексті – набір використовуваних слів), створюються фрагменти структури тексту, де ці елементи з'єднуються певним чином, що дозволяє висловити ідею тексту як цілого. На основі елементів домислюється модель дійсності, фрагменти тексту дозволяють окреслити спектр позицій автора, логіка конструювання тексту дає можливість висловити ідею тексту. Рефлексивний аналіз засобів конструювання тексту дозволяє не тільки прочитати і реконструювати його смисли, а й прогнозувати цілі автора, які не завжди артикулюються. Слід зазначити компліментарність організації механізмів інформаційного впливу, використовуваних при конструюванні текстів, і механізмів сприйняття інформації: вибір елементів – розпізнавання елементів; з'єднання елементів – демонтаж цілого на частини, що дозволяє розуміти зв'язку елементів в виділених контекстах; задавання логіки конструювання цілого – антиципація цілей організації цілого. Якщо суб'єкт інформаційного впливу здійснює складання тексту, то споживач починає сприйняття інформації з деконструкції тексту, взаємодоповнюваність цих процесів надає можливість здійснення інформаційного впливу, що спричиняє «засвоєння» фрагментів трансльованого дискурсу.

Запропоновані три соціально-психологічні механізми інформаційного впливу злиті в єдине ціле і діють на споживача одночасно, але кожен з них організовано за подобою тексту, складеного з дискретних елементів. Це дозволяє суб'єкту впливу здійснювати складноорганізовану діяльність (в нашому розумінні структурована діяльність визначена як механізм), що сприяє просуванню його дискурсу. Складність організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу буде зумовлена

складністю організації відповідного тексту (текст, метатекст, гіпертекст); якого суб'єкта представлятиме автор тексту – індивідуального, групового або суспільство в цілому; глибиною задуму автора, що може охоплювати ситуацію комунікації, інформаційну кампанію, життєдіяльність в цілому.

Отримання інформації споживачем, в ході якої на нього здійснюється інформаційний вплив, є частиною соціальних комунікацій, які, в свою чергу, є фрагментом його життєдіяльності. Діяльність по просуванню дискурсу суб'єкта впливу (інформаційний вплив) в кінцевому підсумку впирається в зміни дискурсу споживача інформації. З огляду на тринітарну організацію дискурсу, виділяємо три способи перетворення дискурсу, що відповідають трьом вимірам внутрішнього світу суб'єкта. Відповідно до цього виділяємо три способи просування дискурсу суб'єкта впливу – конструювання знакового, соціального, дискурсивного текстів. При цьому знаковий текст становить частину соціального тексту комунікації, який, в свою чергу, є частиною дискурсивного тексту життєдіяльності.

Діяльність по просуванню дискурсу суб'єкта впливу (інформаційний вплив) включає в себе не тільки інформування (повідомлення інформації), яке є вершиною айсберга, а також і діяльність зі створення соціального контексту комунікації та програмування дискурсу споживача. Незважаючи на те, що виділені типи текстів відрізняються природою елементів, організація текстів різної природи подібна і влаштована тринітарним чином. Подібність організації текстів, способів просування дискурсу і улаштування дискурсу дозволяє виділити три соціально-психологічних механізми інформаційного впливу. Ці механізми одночасно розгортаються в різних ментальних вимірах суб'єкта.

### *1. Конструювання знакового тексту інформації*

Знаковий текст являє собою артикуляцію фрагмента дискурсу автора. Конструювання знакового тексту здійснюється задаванням тезауруса тексту; задаванням набору імпліцитних позицій автора, що дозволяють надавати

сенс семантичним одиницям тексту в рамках конструювання частин тексту; побудовою логіки організації тексту, поєднуючи частини тексту в єдине ціле відповідно до задуму автора. У знаковому тексті вплив автора проявляється опосередковано, і відстежити його може не кожен споживач інформації, оскільки реконструкція позиції автора інформації та його цілей передбачає аналіз засобів конструювання знакового тексту, що передбачає певний рівень інформаційної культури читача.

### *2. Створення соціального контексту ситуації комунікації*

У соціальному тексті інформація представляє сукупність повідомлень (метатекст) автора, і вплив інформації зумовлено соціальним впливом автора. Дискурс автора, крім змісту інформації, відтворюється в організації комунікації. Діяльність суб'єкта впливу в просуванні дискурсу проявляється в організації метатексту і в організації соціального простору ситуації комунікації. Розуміння споживачем особливостей організації метатексту і контексту комунікації дозволяє йому реконструювати дискурс автора інформації.

### *3. Програмування дискурсу споживача інформації*

Просування дискурсу автора інформації має на увазі, що крім тексту і організації контексту ситуації комунікації цей дискурс проявляється в життєдіяльності споживача інформації, в організації його простору соціальних комунікацій, в його аутокомунікації. При сприйнятті інформації споживач повинен співвідносити нормативний дискурс, реконструйований дискурс автора і перетворений в ході аутокомунікації дискурс. У всіх цих випадках споживач є творцем дискурсів, використовуючи запропоновані йому конструкти. У зв'язку з тим, що рішення про перетворення дискурсу споживач приймає самостійно, він може не усвідомлювати роль автора інформації в прийнятті свого рішення.

У табл. 4.3 наведено синергетичну модель організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу. Ці механізми,

розгортаючись в залежності від можливостей суб'єкта впливу і поставлених перед ним завдань, зберігають свою тринітарну організацію, що спричиняє появу у моделі властивостей масштабної інваріантності. Інформаційний вплив крім впливу інформації має на увазі вплив і автора, і його дискурсу. Чим складніше організований соціальний суб'єкт впливу (індивідуальний суб'єкт, група, суспільство в цілому), чим складніше організований текст інформації він пропонує і чим далі горизонт планування цілей цього суб'єкта, тим більша складність організації механізмів інформаційного впливу, що включають безліч окремих видів діяльності. Механізми інформаційного впливу є набором найпростіших універсальних деталей (дій), які на основі певної схеми складання з'єднуються в складноорганізовану структуру (діяльність), що дозволяє здійснювати бажані трансформації дискурсу споживача інформації відповідно до намічених цілей.

### ***Конструювання знакового тексту інформації***

Моделювання картини світу, представленої в тексті і конструйованої на основі використання конструктів дискурсу суб'єкта впливу, передбачає наступні напрямки діяльності: задавання тезауруса тексту, імпліцитних позицій автора, логіки організації цілісного тексту. Конструювання тексту розглядається як цілісний механізм, разом з тим окремі складові цього механізму можуть розглядатися як самостійні механізми, що, в свою чергу, розгортаються в механізми нижчого рівня.



Таблиця 4.3

**Синергетична модель організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу**

Конструювання знакового тексту інформації	Створення соціального контексту ситуації комунікації		Програмування соціетального дискурсу споживача інформації		
	Організація метатексту суб'єкта впливу	Організація соціального простору	Організація життєдіяльності споживача інформації	Конструювання простору соціальних комунікацій	Організація аутокомунікації споживача інформації
1. Задавання тезауруса тексту	1. Виробництво інформаційних текстів	1. Задавання дійових осіб комунікації	1. Організація практик життєдіяльності споживача	1. Організація просторів комунікацій	1. Конструювання нормативного дискурсу
2. Задавання набору імпліцитних позицій автора	2. Поширення інформації	2. Задавання структури соціального простору учасників комунікації	2. Організація соціальної структури соціуму	2. Управління структурою простору соціальних комунікацій	2. Задавання способів самоорганізації суб'єкта
3. Задавання логіки організації тексту	3. Пропозиція парадигми комунікації	3. Задавання правил конструювання спільного дискурсу	3. Створення моделі способу життя соціуму	3. Управління конструюванням соціетального дискурсу	3. Задавання критеріїв якості дискурсу

**Задавання тезауруса тексту.** На підставі тезауруса споживач інформації має можливість змоделювати (домислити) картину дійсності, включаючи дійових осіб, в тому числі і автора [Плющ, 2010с]. Під тезаурусом розуміється безліч (словник) конструктивних смислових елементів тексту, що включають слова і стійкі словосполучення, які дозволяють відобразити семантику інформаційного повідомлення [Шрейдер, 1972]. Тезаурус може розглядатися як специфічний текст, а з урахуванням того, що в окремих випадках семантичні одиниці можуть виконувати функції тексту, в задаванні тезауруса можуть проявлятися всі соціально-психологічні механізми конструювання тексту.

Зовнішні стимули не впливають на свідомість людини доти, доки не отримають семіотичну осмисленість. Для думки людини існує тільки те, що входить в її словниковий запас, тому останній активно використовується як засіб впливу. Формування необхідної моделі Світу у адресата здійснюється шляхом опису фрагментів світу, базисом для яких є вибір оптимальних мовних ресурсів. При цьому вважається, що будь-яке використання мови передбачає ефект впливу [Иссерс, 1999; Блакар, 1987]. Уже сам факт найменування речі або явища – одночасно факт класифікації (категоризації, віднесення до категорії), бо мова як засіб класифікації виступає інструментом контролю над тим, як суспільство сприймає дійсність [Барт, 1994]. Як вказує Ю.М. Лотман, вторгнення в сферу культури ззовні відбувається через найменування [Лотман, 1992]. Р. Блакар зазначає, що вибір слів і виразів є надзвичайно важливим інструментом влади для структурування дійсності, про яку йде мова [Блакар, 1987]. Слова – це не просто «бирки», що позначають об'єкт, властивість або відношення, а одиниці аналізу, на основі яких здійснюється категоризація реальності. Це свого роду оптичні «прилади» суб'єкта, які препарують світ і фіксують особливості препарції [Бажанов, 2016].

Якщо пізнання розглядати як процес розширення фізичної і духовної орієнтації людини в світі, то правильно орієнтуючий термін є одним з найважливіших елементів, що становлять основу такої орієнтації [Володина, 2003]. Слова можуть фіксувати в своєму змісті різні точки зору (перемога і поразка – це описи однієї і тієї ж ситуації, що розглядається з різних позицій), соціальний статус учасників ситуації (доповідає підлеглий, консультує більш компетентний). Структуруючи дійсність, вказуючи позиції дійових осіб, автор задає особливий світ подій, втягує читача в особливе віртуальне існування, яке служить проекцією власного життя читача. Так формулюється «влада мови» – здатність мови нав'язувати світобачення, створювати мовну інтерпретацію картини світу («хто називає речі, той опановує їх»). Будь-який текст в імпліцитному вигляді містить картину світу, яка за допомогою відбору понять, термінів в необхідному для автора ракурсі висловлює його точку зору [Болинджер, 1998; Бурдые, 1993; Почепцов, 2001в].

Задаючи в знаковому тексті дійових осіб і їх відносини, автор дає можливість споживачеві інформації сконструювати семантичний простір, в якому у споживача може бути імпліцитна позиція як спостерігача або як учасника описуваних подій. Реконструйовані події знакового тексту можуть інтерпретуватися як проекція одного з соціальних просторів споживача інформації.

Суб'єкт на основі тезауруса, який надає необхідні об'єктивації і задає контекст, в рамках якого слова набувають сенсу, конструює модель реальності [Бергер, Лукман, 1995]. Мова дозволяє користувачеві відзначати координати життя в суспільстві, наповнювати це життя значущими суб'єктами і подіями. Наприклад, обрушуючи на читача безперервний потік згадок про «зраду», «нестримне падіння», «підлі ідеї», можна сформувати ставлення до подій. Залежно від інтенції впливу змінюється сама мова, причому вибір слів підпорядкований меті повідомлення [Володина, 2003;

Дридзе, 1984; Клемперер, 1998]. Наприклад, використання в повідомленні про зіткнення демонстрантів з поліцією пасивної форми замість активної веде до згладжування соціальної та ідеологічної гостроти. У значенні багатьох слів є оцінна, емоційна складова, і за допомогою вибору таких слів можна чинити сильний емоційний вплив (особливо якщо воно доповнюється іншими засобами). Як зазначає Фельдман, цілеспрямоване використання термінів-ідеологем було і залишається засобом управління масовою свідомістю, засобом ефективних маніпуляцій [Фельдман, 2006]. За допомогою ідеологем здійснюється позиціонування оцінки і статусу людини в суспільстві [Каменева, 2006]. Аналогічним прийомом є і приклеювання ярликів, коли образ об'єкта поєднується з певними характеристиками або стереотипізованими оцінками. «Червоний», «блакитний», «помаранчевий», «коричневий» – ярлики, пов'язані з конкретним об'єктом, можуть пофарбувати його не тільки емоційним, а й смисловим відношенням. Маркування ситуації емоційно однозначно забарвленими термінами дозволяє домогтися актуалізації установки і генералізації конкретного емоційного компонента на ситуацію в цілому, іншими словами, зорієнтувати в уже заданому етичному вимірі семантичного простору.

Тезаурус може задавати систему оцінювання, в якій висловлено ставлення автора до подій (іноді все це може бути виражено в одному слові). Використання стереотипів і значущих символів дозволяє за допомогою певних стимулів-маркерів задавати бажаний контекст ситуації і орієнтування семантичного простору, створюючи за рахунок цього психологічно однозначний бажаний образ ситуації. Прикладом може служити факт надзвичайно частого використання слова «народ» в пропагандистських текстах нацистами, тим самим закріплюючи уявлення про «всенародну» підтримку нацистського режиму [Клемперер, 1998].

Використання заздалегідь маркованих конструкцій створює передумови для оптимізації орієнтування в ситуації і полегшує процес

сміслоутворення. Завдяки цьому зменшується невизначеність, забезпечується однозначність у розумінні та оцінці ситуації і економляться розумові зусилля. Маркування ситуації може здійснюватися за рахунок певної смислової віднесеності або емоційного забарвлення орієнтуючих елементів ситуації, що передбачає попереднє формування відносно маркерів певних установок. Якщо споживач інформації не є явним прихильником будь-якого політичного руху, то оцінювання ним політичної ситуації супроводжується високим рівнем суб'єктивної невизначеності. І тому використання спеціальних лінгвістичних засобів дозволяє задати позиціонування політичних суб'єктів, використовуючи зручні критерії для суб'єкта, котрий впливає.

Використання тезауруса дозволяє опосередковано конструювати соціальний контекст, в якому протікає комунікація, і відтворювати соціальні відносини комунікаторів, тому суб'єкти впливу намагаються контролювати цей процес. Навішування ярликів, активне втручання в процес іменування, так характерне для політиків «у владі», є спробою впливати на існуючу в свідомості електорату когнітивну базу в області політичної комунікації, на його картину світу політики. Це, зокрема, реалізується в іменуванні, у відстоюванні певних назв, перейменування, творінні нових імен і т.д. [Апресян, 1997; Кара-Мурза, 2002; Оруэлл, 2009]. Як вказує С. Московічі, підкоряючись цій тенденції, звичні слова зводять до аббревіатур. В цьому проявляється прагнення максимально обмежити варіативність мислення, звівши його до знаків, що приховують контекст, наприклад, військовий пакт, укладений між країнами, називають НАТО [Московичи, 1998]. Абстрактні і анонімні знаки стирають будь-який конкретний образ, який може відкрити дорогу розширеним тлумаченням. Це відображення сучасного інтелектуалізму дозволяє маніпулювати фактами, зводячи їх до єдиної позиції, приховуючи додаткові конотації, які породжують широту можливих точок зору.

Вибір засобів номінації для відображення однієї і тієї ж «правди» може бути різний. В основі цього явища лежить той факт, що безперервність дійсності доводиться передавати дискретними засобами мови. Тому багато ситуацій реальності допускають кілька несинонімічних відображень. Використання різних понять дозволяє визначити позиціонування автора дискурсу, оскільки вибір конкретного слова зумовлює подальші дії з цим об'єктом. Ми допомагаємо «борцям за свободу», але воюємо з «терористами» [Почепцов, 2001б]. Різні способи опису тих чи інших подій відрізняються не на рівні фізичного простору, де вони рівні, а на рівні соціального простору, в якому присутній і читач.

З метою прихованого впливу застосовується мовне переформатування, коли використовуються евфемізми, які функціонують як свого роду ментальні рейки. Політична партія, яка спрямовує свою діяльність на захист і зростання капіталізму, називається «соціалістичною», деспотичний уряд – «демократичним», сфабриковані вибори – «вільними» [Маркузе, 1994]. Бомбардування стають «захисною реакцією або повітряною підтримкою», точкові бомбардування – «хірургічними ударами»; концентраційні табори – «центрами умиротворення»; ядерна бомба – «посиленою радіаційною зброєю» [Болинджер, 1998]. До загальноприйнятих понять можуть додаватися прикметники або вноситися інші правки, внаслідок чого сенс цих понять змінюється до невпізнання і набуває вигляду постмодерністської ситуаційної гри, наприклад, «оксамитова революція», «гуманітарна інтервенція», «м'який суверенітет». Подібна гра слів – зовсім не нешкідливе заняття інтелектуалів, а продумана хаотизація усталених норм і цінностей. В результаті ефекту узагальнено-розмитої семантики змінюється структура семантичного простору, що призводить до зміни позиціонування автора повідомлення в соціальному просторі і неточного визначення його задумів [Шульц, Любимова, 2015].

У ЗМІ слова використовуються як розумові моделі для сприйняття світу, які покликані служити соціально-політичній концептуалізації дійсності. За допомогою термінів можливе формування образу ворога з представників інших соціальних груп, що ведуть до дегуманізації відносин в суспільстві і його поляризації. Цій меті служить вживання штампів, спеціально сформованих термінів, які несуть негативний заряд.

Задавання тезауруса передбачає форматування семантичної моделі соціального простору певної складності. Використання простих семантичних одиниць (когнітивна редукція) дозволяє побудувати модель, доступну для багатьох респондентів, що не володіють достатнім рівнем складності дискурсу. Прикладом спрощеного тлумачення політичних явищ може служити персоніфікація політики, коли складні соціальні проблеми взаємин політичних сил переводять на рівень міжособистісних відносин політиків, зрозумілих більшості громадян. Дискредитуючи окремих політичних діячів, можна нав'язати некритичне ставлення до політичної сили, що стоїть за ними, і до окремих груп населення, чії інтереси виражає цей політик і ця політична сила.

Когнітивна складність використовуваного поняття зумовлює форматування складності семантичного простору споживача, маючи на увазі набір його можливих позицій в цьому просторі. Когнітивна редукція семантичних одиниць дозволяє автору звужувати спектр можливих позицій інтерпретації змісту тексту, що може використовуватися автором в різних цілях. Однією з них може бути донесення під виглядом «об'єктивності» єдино «правильної» точки зору всіх «розсудливих» людей, що примушує споживача інформації, іноді крім його уподобань, приєднатися до цієї точки зору. Поняття несуть в собі зачатки структуризації семантичного простору, моделі соціального устрою, логіки взаємодії з іншими суб'єктами. Вибір використовуваного поняття виявляється не автоматизованим засобом

конструювання тексту інформації, а являє собою механізм впливу, один із способів завуальованого тиску.

З визначенням сенсу семантичних одиниць споживач справляється більш-менш успішно, але, як правило, це відбувається автоматично, тобто людина неусвідомлено приписує сенс слову в звичному для себе контексті. Тому читач нерідко помиляється, прийнявши за істинний сенс зовсім не те, що припускав автор. У літературі зазначається, що винахід нових методів побудови тексту, заснованих на принципах множинного частотного розподілу ознак, дозволяє зацікавленому суб'єкту впливу нав'язувати будь-які смисли. У цьому випадку, коли здійснюється цілеспрямований вплив на свідомість шляхом спеціального зміщення частотного розподілу ознак, людина може отримати саме те смислове рішення, яке і хотіли до неї донести, але не в усвідомленому варіанті, а підсвідомо [Аверьянов, 2007]. Частота вживання слів вказує на значущість тих чи інших областей дійсності в даний період життя суспільства. Багаторазово повторюваний контекст знаходить системну силу, яка конденсує найбільш актуальний текстовий сенс.

Якщо розглянемо текст більш складної організації (метатекст), то задавання його тезауруса буде являти собою сукупність текстів певної тематики. На основі змісту окремого тексту конструюється фрагмент картини світу. Сукупність текстів дозволяє сконструювати модель світу, в якій фрагменти, повторювані в декількох текстах, матимуть більшу впізнаваність, легше відтворюватися споживачем і мати для нього більшу значущість. У науковій літературі такий механізм впливу, який задається редакційною політикою, позначається як формування *порядку денного*. Відносне число людей, стурбованих тими чи іншими проблемами, досить точно повторює акценти про ті ж проблеми в ЗМІ, якими ці люди користуються [Брайант, Томпсон, 2004; Зимбардо, 2000; Назаров, 2003; Інформаційний вплив ..., 2011]. Ефект порядку денного призводить до того,



що в однієї групи споживачів інформації відбувається посилення вже сформованих установок, вона зчитує свій дискурс з інформації про фрагменти дійсності, сконструйованих ЗМІ. Чим більше ЗМІ оповідає в рамках того кола проблем, які цікавлять людину, тим сильніший вплив ЗМІ чинять на людей [Яковлев, 2001]. Цільову аудиторію (прихильників певного дискурсу) не треба переконувати думати певним чином, але можна вказати їй ті сфери, які підтверджують придатність використовуваних поглядів. Це дозволяє певним дослідникам стверджувати, що телевізійні новини і політична реклама не несуть виборцям нової інформації про кандидатів [Дзялошинский, Проблема ...].

Тезаурус тексту є частиною тезауруса споживача. Коли гіпертекст (інформаційний простір споживача) почати розглядати як текст, то його тезаурус складають дискурси споживача в різних рольових позиціях представника політичних суб'єктів, з якими ознайомлений суб'єкт. Переконавання в якості дискурсу політичного суб'єкта призводить індивідуального суб'єкта до орієнтації на цей дискурс. При відборі дискурсів суб'єкти можуть спиратися на власні уявлення про якість дискурсів, орієнтуватися на найбільш представлені («активні») в інформаційному просторі соціуму дискурси або орієнтуватися на дискурс, визнаний суспільством як якісний. В якості ефективного впливу використовується тонкий, щоденний механізм затвердження певного стану речей як повсякденного, рутинного, що не підлягає сумніву, коли в рамках пропонованого проекту нав'язуються уявлення про соціальну справедливість. Наприклад, нацистська пропаганда заявляла про примат національного над класами, спільності інтересів груп з різним рівнем життя, різною участю в процесі прийняття рішень [Грамши, 1991]. Схожих стратегій дотримуються багато режимів, що формують в суспільній свідомості «коректні» і «некоректні» варіанти вирішення соціальних проблем. При цьому політики, які перебувають при владі, зацікавлені у

формуванні певного позитивного настрою в суспільстві, тоді як опозиція буває зацікавлена в прямо протилежному, в апокаліптичних настроях і намагається їх поширювати через свої ЗМІ. Очікувані сприятливі перспективи можуть чинити на рівень сприйняття і популярності влади більший вплив, ніж реальні економічні результати її роботи.

В принципі будь-яке суспільство схильне до впливу глобальних соціокультурних трендів як стійких в часі тенденцій, які задають еліти суспільства (точніше, «носії дум», що вловлюють дух часу) і які визначають основні напрямки розвитку цього суспільства і його найближче майбутнє. Відповідно до теорії «гегемонії» А. Грамші, культурне панування світоглядного проекту, нав'язуваного суспільству правлячим класом за допомогою сучасних засобів масової інформації, формує соціально-моральний мову, «здоровий глузд», концепцію реальності, яка домінує, наповнюючи своїм духом різноманітні способи мислення [Грамши, 1991]. На цей проект починає орієнтуватися більшість громадян, поки не будуть запропоновані нові, більш привабливі ідеї, засновані на інших принципах. Орієнтація на дискурси, які панують в інформаційному просторі соціуму, дозволяє говорити про такий механізм інформаційного впливу, як *мода*.

Слідування моді (політичній) дозволяє відчутти свою спільність з іншими людьми, підвищити соціальну значимість, знайти сенс існування, тобто перебувати в зоні психологічного комфорту. Пошуки іншого шляху розвитку можуть привести до того, що доведеться йти наперекір громадській думці – мало хто може собі це дозволити. Споживач інформації економить зусилля, керуючись пануючою громадською думкою з приводу якості дискурсів, пропорованих в соціумі. Йому не доводиться самостійно оцінювати довгострокові наслідки прийнятих рішень по модернізації суспільства, що передбачає конструювання складної моделі організації суспільства, наявність інструменту прогнозування майбутнього, реконструкції історичного шляху суспільства. Щоб включити в тезаурус

гіпертексту той чи інший дискурс, споживачеві буває досить оцінити форми презентації дискурсу на тлі інших або спертися на громадську думку про дискурс, а не на сам дискурс.

Обираючи привабливий дискурс політичного суб'єкта, індивідуальний суб'єкт може ідентифікувати себе з учасником цієї групи, коли бере участь в акціях цієї групи. У зв'язку з цим може відбуватися підміна суб'єктності, коли індивідуальний суб'єкт є суб'єктом вибору дискурсу, але не автором дискурсу. Індивідуум, беручи участь в реалізації цього дискурсу, стає знаряддям волі іншого, більш досвідченого суб'єкта.

Однією з форм задавання тезауруса гіпертексту є самоцензура як прояв орієнтації на суспільну свідомість. Усвідомлювана автором політична доцільність призводить до феномену «групового мислення», коли самоцензура набуває вигляду «політкоректності» або «мейнстріму в подачі інформації», які досить часто перетворюються в особливу форму придушення інакомислення. Наприклад, під приводом захисту інтересів різноманітних меншин може здійснюватися тиск на тих, хто намагається привертати увагу до реальних інтересів і потреб більшості, хто відстоює традиційні духовно-моральні цінності [Другая холодная ..., 2014].

Використовуючи тезаурус, споживач конструює семантичний простір. По суті, він є моделлю категоріальної структури індивідуальної свідомості, на основі якої здійснюється класифікація будь-яких об'єктів, понять і т. п. шляхом аналізу їх значень. Для одного і того ж фрагмента дійсності можуть бути представлені кілька адекватних, але кардинально не збіжних схем опису. Тезаурус тексту відображає певний спосіб концептуалізації світу автором цього тексту. Складність організації діяльності по задаванню тезауруса зумовлена когнітивною складністю обраних елементів, їх кількістю, критеріями відбору елементів з наявного словникового запасу автора тексту.

Ще одним соціально-психологічним механізмом конструювання знакового тексту інформації є **задавання набору імпліцитних позицій автора**, який має можливість поєднувати семантичні одиниці тексту в певному порядку, надаючи цим одиницям сенс в рамках сконструйованих частин тексту. З точки зору соціального конструктивізму, індивідуальні суб'єкти на основі наявних у них уявлень безперервно конструюють соціальну реальність [Бергер, Лукман, 1995; Джерджен, 2003]. Слова, вжиті в рамках дискурсу, мають сенс в контексті сформованих відносин, які вони відтворюють [Джерджен, 2003]. Задавання позицій автора зумовлено його бажанням налагодити соціальні комунікації, виходячи з наявної у нього моделі устрою суспільства, і представити можливі точки зору на описувані події.

Конструювання тексту зумовлено способом встановлення взаємозв'язків між його конструктивними елементами (задавання цих елементів розглядається як окремий процес). Семантичні одиниці зазвичай мають розмиту область значень, задавання їхнього сенсу здійснюється конструюванням контексту смислових одиниць. Носій сенсу, під яким зазвичай розглядають слово (а може бути, словосполучення, синтагма, ціле речення, абзац, весь текст), набуває сенсу в контексті, коли в сукупності з іншими знаками він становить цілісність більшого порядку [Бахтин, 1979; Лотман, 2000; Енциклопедія ..., 2009]. Конструювання контексту створює можливість різними засобами закладати в текст бажаний спосіб прочитання (і інтерпретації) семантичних одиниць, як зазначається в літературі, навіть вибір синтаксичних конструкцій визначається ідеологічною позицією адресанта [Бульгіна, Шмелев, 1997]. Сміслоутворення семантичних одиниць здійснюється автором. Задавання контексту, що веде до розуміння закладеного сенсу цього фрагмента тексту, дозволяє ідентифікувати позицію автора в семантичному просторі, сконструйованому на основі аналізу цього фрагмента тексту.

За допомогою конструювання контексту, який допомагає описувати об'єкти або події, інформація форматується так, що одержувач повідомлення приймає нав'язуване йому визначення ситуації [Hodge, Kress, 1993]. Для кожної соціальної групи характерні свої описи, що відображає соціальну диференціацію суспільства. В результаті інтерпретації тексту, в якому в прихованому вигляді закладені позиції автора (і суб'єкта впливу, чий інтереси він представляє), формується конкретна модель суспільства і політичної системи. Як вказує Ж. Бодрійяр, читачі, постійно ідентифікуючі себе в художньому тексті з тією чи іншою групою, як би вписують себе в сучасний устрій суспільства, стають його невід'ємною частиною і тим самим висловлюють йому своє схвалення і підтримку [Бодрійяр, 2006].

В якості одного з механізмів інформаційного впливу виділяється *контекстуальне коригування*, коли вживання слова в певному контексті сприяє встановленню і закріпленню відповідних асоціативних зв'язків, тобто впливає на його значення [Каменева, 2006]. Цілеспрямоване використання знакових засобів, що мають негативне емоційне забарвлення, дозволяє негативне ставлення з окремої характеристики якогось об'єкта перенести на його цілісний образ. Наприклад, «демонізація сербів» в кінці 1990-х років напередодні війни НАТО проти Югославії досягалася тим, що слово «серб» безперервно і довго поміщалося в негативний контекст (включалося в опис страшних подій і в оточення неприємних епітетів), викликаючи у телеглядачів, незалежно від їх позиції, стійку неприязнь до сербів [Сороченко, Енциклопедия методів ...]. Аналогічний приклад, але вже з позитивною конотацією, наводить В. Клемперер, коли в нацистській Німеччині за рахунок частоти вживання в сприятливому контексті слово «нація» поступово набувало позитивне забарвлення [Клемперер, 1998].

Задавши семантичні елементи, приписавши їм сенс (поміщаючи в контекст), автор з'єднує ці частини тексту таким чином, щоб вони висловлювали його задум. Згідно такого розуміння ще одним механізмом

конструювання тексту виступає **завдання логіки організації тексту**, що припускає з'єднання частин тексту в єдине ціле. Складність організації тексту створює можливість множинних прочитань сенсу тексту в залежності від членування тексту на елементи, розміщення їх у різний контекст, приписування їм різних значень.

З огляду на тринітарну організацію тексту (елементи, структура, задум), можна виділити три типи логіки організації тексту. А) Логіка вибору дискретних елементів тексту з наявного словникового запасу, засвоєного автором в ході соціалізації. Тезаурус може розглядатися як своєрідний текст автора, в задумі якого проявляються цілі автора. У зв'язку з цим розуміння логіки вибору елементів тексту дає можливість розуміння цілей автора. Б) Логіка з'єднання семантичних елементів в системне ціле, що є структурною частиною тексту. Наприклад, слова об'єднуються в речення відповідно до правил мови, засвоєних автором, що має на увазі можливість реконструкції сенсу речення й іншими суб'єктами. Разом з тим при з'єднанні елементів можуть бути використані спеціальні прийоми, які спираються на особливості сприйняття інформації. Перше пред'явлення елемента, враховуючи, що первинне враження від текстового елемента впливає на його наступні інтерпретації (ефект ореолу), може видавати наміри автора з приводу семантичного навантаження цього елемента. Розміщення елементів в тексті може свідчити про наміри автора по наданню значущості цих елементів, тому що інформація, вміщена на початку і кінці тексту, буде чинити більший вплив в порівнянні з інформацією, розміщеною в середині тексту (ефект краю). В) Логіка конструювання цілісного тексту автором, що має на увазі авторський спосіб інтеграції структурних частин тексту. Структурні частини тексту, на підставі яких можна реконструювати семантичний простір, також організовані за принципом тексту, в них можна виділити імпліцитну позицію автора. Інтеграція структурних частин в цілісний текст являє собою «комунікацію» автора в різних позиціях (текст в

тексті), яку автор тексту може організовувати у відповідності зі своєю логікою, експериментуючи з соціальними правилами.

У літературі наводиться безліч способів конструювання текстів, в яких відповідно до цілей авторів спотворюється картина описуваної в них реальності, створюється її ілюзорне розуміння: редукціонізм, порушення критеріїв подібності, створення некогерентності, маніпуляції числом і мірою та ін. [Почепцов, 2001б; Кара-Мурза, 2002; Сороченко, Энциклопедия методов ...]. Уміння розпізнавати використовувані прийоми порушення логіки дозволяє споживачу реконструювати приховані цілі автора інформації.

Коли розглядаємо конструювання складноорганізованого тексту (метатексту), одиницею якого виступають новини, то логіка його організації, що включає наповнення контенту і верстку випуску новин, – порядок проходження новин і питома вага кожної новини самої по собі, задає критерії того, що вважати важливими новинами. Відповідно до логіки організації метатексту відбувається *корекція новинного потоку* (agenda setting), коли редактор з безлічі новин визначає, що включити, що не включити (і як підкреслити їхню соціальну значимість: поставити першим, безліччю коментарів і т.д.). У широкому розумінні механізм дії agenda setting полягає в тому, що про масштабну, але «невигідну» подію можна згадати побіжно або, якщо можливо, взагалі промовчати або подати в невигідному контексті, разом з тим незначна подія при широкому висвітленні і правильній подачі може здобути в свідомості аудиторії значимість вселенських масштабів. Було емпірично показано, що засоби масової інформації ефективно впливають на аудиторію саме тоді, коли працюють з тими проблемами і сюжетами, щодо яких у людей немає особистого досвіду, і значно менш дієві, коли мова йде про проблеми, з якими люди безпосередньо стикаються в повсякденному житті [Дьякова, Трахтенберг, 1999; Інформаційний вплив ..., 2011].

Конструювання знакового тексту інформації, як соціально-психологічний механізм інформаційного впливу, є «механізмом механізмів», тобто включає в себе діяльність по вибору елементів тексту, складання автором з них частин тексту, які об'єднуються відповідно до логіки автора в цілісний текст. Суб'єктивність у виборі різноманітних засобів організації мовних текстів (тезаурус, синтаксичні конструкції, макроструктури, логічні операції та ін.) передбачає можливість множинних смислових інтерпретацій цих текстів [Баранов, Паршин, 1986]. Способи розуміння зумовлені вже готовою структурою знань, закладеною в використовуваних засобах конструювання тексту, що сприяє утвердженню дискурсу автора тексту [Булыгина, Шмелев, 1997; Цивьян, 2006].

Автор, варіюючи тезаурусом, структурою тексту і логікою його організації, направляє мислення споживача, що дозволяє йому реконструювати семантичний простір, визначити позиціонування автора, передбачити логіку його думки. Читаючи текст, споживач змушений спиратися на використані автором засоби. В принципі, далеко не завжди він поділяє точку зору автора. Але коли вона не тільки виражена окремими лексичними одиницями, а й «вмонтована» в конструкти тексту, відмовитися від неї буває дуже важко: при прочитанні тексту споживач змушений застосовувати тезаурус автора, спиратися на запропоновану ним структуру тексту, слідувати за його логікою. Після прочитання інформації (або вже в ході прочитання) споживач може відмовитися від пропонованої точки зору, але це вимагає додаткових зусиль, і нерідко згоду з альтернативною точкою зору – навіть всупереч своїй позиції – у споживача залишається, тим самим відбувається засвоєння елементів трансльованого дискурсу.

Слова, наповнені думкою, мають зміст, відмінний від тієї дійсності, яка їх породила, і задають особливий віртуальний простір. У сучасну епоху все більшого значення в житті людей набуває отримання інформації, коли дійсність ховається за інформаційними текстами, конструйованими людьми.



Це теоретичне положення отримує практичне значення в інформаційній політичній практиці: за допомогою соціальних комунікацій в суспільній свідомості конструюється необхідна «об'єктивна» дійсність, модель якої засвоюється індивідуальними суб'єктами.

У світі розрізнених інтересів висловитися нейтрально неможливо, не існує тієї «об'єктивної» інформації, яка «вірно» відображає реальний світ [Блакар, 1987; Ленин, 1968; Московичи, 1998; Тлостанова, 2003]. Кожен політичний суб'єкт пропонує свій дискурс, нав'язує свою модель світу, свій шлях розвитку суспільства. Використання інформації (знакового тексту) є соціальною дією, тобто відбувається відповідно до мети автора тексту, але ця мета не обов'язково артикулюється в змісті тексту («мова нам дана не тільки для того, щоб передавати наші думки, але і для того, щоб приховувати їх»). Конструювання знакового тексту підпорядковане меті автора, яка проявляється в задаванні тезауруса, імпліцитних позицій автора, логік(и) організації тексту. Аналіз тезауруса тексту дозволяє споживачу (ре)конструювати семантичний простір, організація якого допомагає розпізнавати імпліцитні позиції автора, динаміка яких підпорядкована логіці організації тексту, що дає можливість прогнозувати можливі цілі автора. Визначення цілей автора передбачає наявність відповідного рефлексивного потенціалу споживача інформації. З огляду на те, що цілі автора можуть мати організацію складноорганізованого тексту, їх реконструкція може бути досить складним завданням.

### ***Створення соціального контексту ситуації комунікації***

Інформаційний вплив розглядається як невід'ємна частина комунікації суб'єктів, яка здійснюється в соціальному просторі. У процесі комунікації на основі знайомства з інформацією, що містить дискурс суб'єкта впливу, відбувається конструювання споживачем спільного дискурсу. Вплив на споживача здійснюється в рамках організації групового суб'єкта, що є

автором спільного дискурсу. Інформація доводиться шляхом трансляції безлічі повідомлень або метатексту, організованого відповідно до дискурсу суб'єкта впливу. Споживач інформації, реконструюючи дискурс суб'єкта впливу, може орієнтуватися на фрагменти дискурсу, укладені в знаковому тексті і розкриті в метатексті автора, і/або брати до уваги особливості організації ситуації комунікації, в яких також виявляються фрагменти дискурсу суб'єкта впливу. Діяльність зі створення соціального контексту ситуації комунікації включає в себе організацію метатексту (інформаційного потоку) суб'єкта впливу і організацію соціального простору, в якому відбувається взаємодія суб'єктів.

*Організація метатексту* (потоків інформаційних повідомлень) включає в себе виробництво інформаційних текстів (повідомлень), їх поширення, задавання парадигми комунікації, яка зумовлює способи конструювання спільного дискурсу суб'єкта впливу і споживача інформації. Знову виділяється текстова схема: задавання елементів (повідомлень), структури (різних способів отримання інформації споживачем), задуму (пропозиція парадигми комунікації).

**Діяльність з виробництва інформаційних текстів (повідомлень)** розглянемо як текст: матеріальний носій, автор, задум. Створення матеріального носія інформації – листівки, газети, телепередачі, сайту та ін. – виступає в якості механізму інформаційного впливу (в цій іпостасі буде виступати і діяльність по наповненню цих інформаційних носіїв змістом). Створення структур, які конструюють інформаційні тексти, від індивідуальних авторів до інформаційних холдингів також є механізмом інформаційного впливу. Характеристики цих структур (їхній авторитет, статус, репутація) теж можуть конструюватися суб'єктами впливу. Виробництво інформації реалізує задум суб'єкта впливу. Множинність джерел інформації підвищує довіру до сенсу повідомлення. З іншого боку, при наростанні об'єму інформації якщо ЗМІ і повідомили про якусь подію,

то не факт, що багато хто зміг його помітити. У зв'язку з цим виробництво інформації може виконувати різні функції залежно від цілей суб'єкта впливу: наповнювати інформаційний простір значущою інформацією, заповнювати простір білим шумом, що дозволяє приховувати важливу інформацію, поширювати пряму дезінформацію. Основною рисою інформаційного суспільства є надлишок виробництва інформації і в той же час – дефіцит необхідної інформації для прийняття управлінського рішення. Суб'єкт управління досить часто стоїть перед вибором: добирати інформацію або обійтися наявною. Розпізнавання цілей трансляції інформації поглинає ресурси, утруднюючи прийняття управлінського рішення.

**Діяльність з розповсюдження інформації** реалізує функцію конструювання групового суб'єкта, коли створюється загальний інформаційний простір суб'єкта впливу і споживача інформації. Для цього вироблену інформацію за допомогою соціальної інфраструктури (мереж поширення) доставляють споживачеві. Ці мережі виявляються інструментами комунікації, які просувають дискурс суб'єкта впливу, а не просто технічними засобами доставки інформації. Сучасні технології доставки інформації за допомогою віртуальних мереж (Facebook, ВКонтакте) одночасно виявляються засобом передачі впливу, коли інформація надходить від найближчого кола споживача, яке користується його найбільшою довірою.

Втілення в життя задуму метатексту (дискурсу суб'єкта впливу) комунікації має на увазі **пропозицію парадигми комунікації** в рамках конструювання спільного дискурсу суб'єктів комунікації. Ця парадигма комунікації буде розкривати можливу роль споживача при організації метатексту: чи передбачаються зворотній зв'язок, обговорення трансльованих матеріалів, участь споживачів у створенні інформаційного контенту.

У зв'язку з можливістю пропозиції різних парадигм комунікації (суб'єкт-об'єктної, суб'єкт-суб'єктної, синергетичної) можна виділити відповідні їм механізми конструювання дискурсу метасуб'єкта – **пропаганда, маніпуляція, консолідація метасуб'єкта**. Під пропагандою розуміється поширення інформації в рамках суб'єкт-об'єктної парадигми комунікації, коли суб'єкт впливу просуває свій дискурс як нормативний дискурс соціуму і не приховує своєї позиції. Відповідно до теорії соціального навчання А. Бандури, якщо офіційно визнане джерело транслює інформацію, то будь-який елемент тексту є феноменом нормативного дискурсу, нормативної картини світу [Хьелл, Зиглер, 1998; Фрейджер, Фейдимен, 2001]. Тому, показуючи «терориста» в новинах і даючи йому нищівну характеристику, ви все одно вводите його в картину світу, відбувається його легітимація і, отже, його пропаганда.

Поняття «маніпуляція» виникло як позначення дій суб'єкта, який зміло обертає матеріальними об'єктами, виявляє майстерність в своїх професійних діях. У такому історичному трактуванні імпліцитно закладений суб'єкт-об'єктний підхід, як відображення взаємодії людини з предметами фізичного світу. Коли ж сталося перенесення цього поняття на сферу соціальних взаємодій, виник негативний відтінок, оскільки в сферу суб'єкт-суб'єктних відносин вносився попередній суб'єкт-об'єктний ракурс розгляду. Під маніпуляцією як професійно організованою комунікацією розуміється надання в інформації позицій кількох суб'єктів, що ускладнює однозначну ідентифікацію позиції автора. Більш звичне розуміння «маніпуляції» передбачає, що під виглядом «об'єктивності» (представленості декількох точок зору) можна порушити збалансованість точок зору на користь суб'єкта впливу.

Поширення інформації як заявка на комунікацію містить потенційну можливість створення спільного дискурсу суб'єктів, досить часто лише декларовану. Ухвалення кожним суб'єктом спільного дискурсу веде до

консолідації групового суб'єкта. З огляду на те, що конструювання спільного дискурсу проходить стадії декларування дискурсів, ознайомлення з дискурсами інших суб'єктів і тільки потім створення спільного дискурсу (якщо це передбачається учасниками комунікації), можна відзначити, що будь-яка інформація містить елементи пропаганди, маніпуляції і консолідації метасуб'єкта.

*Організація соціального простору* має на увазі, що буде сформована структура цього простору. Виходячи з цієї структури, учасники комунікації будуть визначати свої ролі, які зумовлюють вклади учасників в організацію спільного дискурсу. Відбуватиметься трансформація соціального контексту в ментальні моделі ситуації комунікації, що набувають статус реальності для їх носіїв. Організація соціального простору має на увазі його форматування і позиціонування в ньому учасників комунікації: задавання дійових осіб, встановлення між ними відносин або розгортання існуючих взаємовідносин в рамках вже існуючої соціальної структури, задавання правил конструювання спільного дискурсу.

**Діяльність задавання дійових осіб комунікації** дозволяє виділити учасників комунікації, які будуть конструювати спільний дискурс. У комунікації йде процес сприйняття не "знеособленої", «об'єктивної» інформації, а інформації від особи суб'єкта, яка сприймається крізь призму «джерела», яке її доносить. Одним з механізмів впливу є **конструювання образу джерела інформації**. Дискредитуючи або, навпаки, підвищуючи авторитет джерела, можна регулювати відношення до інформації, ступінь довіри до неї, її функціональність. Якщо в якості споживача інформації розглядається складноорганізований колективний суб'єкт (соціум), то вплив здійснюється і на складових його групових суб'єктів.

**Діяльність задавання соціальної структури учасників комунікації** дає можливість їх позиціонувати і припустити їхні ролі при конструюванні спільного дискурсу. Якщо споживач інформації розглядається як частина

існуючої соціальної структури, в яку він включений, то інформаційний вплив на індивідуального суб'єкта здійснюється опосередковано, заломлюючись через існуючі мережі взаємовідносин [Гусев та ін., 2002]. Якщо соціальний простір споживача інформації розглядається як бінарна ієрархічна структура (лідери думок – споживачі), то інформаційний вплив на кінцевого споживача інформації буде опосередковано впливом лідерів думок. Використання в своїх цілях лідерів думок дозволяє спертися на вже наявні в даному сегменті суспільства соціальні та комунікативні мережі, що буває набагато ефективніше, ніж створення якихось нових мереж. Коли споживач інформації є учасником віртуальних соціальних мереж, то сучасні інформаційні технології дозволяють регулювати потік інформації до споживача на рівні адміністратора мереж і їх програмного забезпечення. Якщо вплив лідера думок можна було відрефлексувати, то вплив технічного адміністратора, що регулює наповнення стрічки новин, відстежити пересічному споживачеві досить складно.

**Правила організації спільного дискурсу**, конструйованого в ході комунікації, можуть встановлюватися в процесі взаємодії суб'єктів і можуть пропонуватися суб'єктом впливу заздалегідь як в явному, так і в неявному вигляді («існують абсолютні істини», «начальник завжди правий», «демократи не помиляються» і ін.). Діючі носії влади прагнуть використовувати свої можливості в організації системи соціальних комунікацій для просування власного дискурсу [Почепцов, 2001б]. Дискурс суб'єкта впливу міститься і в знаковому тексті, і в дискурсі соціального тексту, відповідно до якого організована комунікація.

### ***Програмування соціального дискурсу споживача інформації***

Реконструкція дискурсу суб'єкта впливу, закладеного в інформації, передбачає інтелектуальні зусилля споживача інформації. І тут слід підкреслити одну аксіому: важливо не те, що транслюється, а те, що люди

почули [Luntz, 2007]. Семантичний простір, в який занурюється текст споживача, буде сприйнято через категорії дискурсу споживача, на основі яких буде будуватися модель, що має точність цих категорій. Можна породжувати безліч текстів на ту чи іншу тему, але якщо споживач не здатний реконструювати їх дискурси, то ці тексти будуть нести інші, ніж було задумано, наслідки.

Дискурс конструюється трьома способами: в ході життєдіяльності суб'єкта, в комунікаціях з представниками інших дискурсів, в процесі аутокомунікації (див. рис. 2.3.3). Просування дискурсу суб'єкта впливу має на увазі, що суб'єкт здатний організувати просування дискурсу у всіх вимірах життєвого світу споживача інформації. Три виміри внутрішнього світу припускають три способи програмування дискурсу: шляхом організації життєдіяльності споживача інформації, конструювання його простору соціальних комунікацій, організації його аутокомунікації. Програмування дискурсу споживача інформації відбувається тоді, коли окремі конструкти трансльованого дискурсу стають частиною нормативного дискурсу споживача і самовідтворюються в подальшій його життєдіяльності.

*Організація життєдіяльності споживача інформації* має на увазі організацію практик життєдіяльності споживача, організацію соціальної структури соціуму і створення моделі способу життя соціуму. У ході **практик життєдіяльності** суб'єкт засвоює сформований спосіб життя як нормативний дискурс соціуму.

У суспільстві індивідуальний суб'єкт може бути учасником багатьох інституційних груп. **Задавання структури соціуму** дозволяє встановити спектр можливих груп, що відрізняються трактуваннями соціетального дискурсу, в діяльності яких може брати участь індивідуальний суб'єкт. Включившись в діяльність групи, індивідуальний суб'єкт знайомиться з дискурсом цієї групи. Коли цей суб'єкт ідентифікує себе з учасником цієї

групи і/або його приваблює ця діяльність, він бере участь в конструюванні спільного дискурсу, автоматично стаючи його носієм. Виявляється, що форми взаємодії в соціальних мережах чинять сильніший вплив на установки і моделі поведінки, ніж більш традиційні соціальні фактори типу групової приналежності [Грачев, 2004]. Інфантильна ідея перенесення «мережевих правил гри» в реальне життя і політику – найважливіша частина нової протестної культури [Черемных та ін., 2013]. Технології комунікації з рівноправними статусами в мережі, нові форми самоорганізації соціального простору замість стійких традиційних соціальних ієрархічних структур та інститутів, стислий час соціальних перетворень – ці ілюзії свободи руйнують звичні спільноти, що може бути інструментом у чийхось руках, якщо не пропонувати соціальні системи з такою ж мірою привабливості і можливостей самореалізації.

Визначення основних цільових аудиторій, для кожної з яких підбирають мову викладу дискурсу, стиль його донесення, пропоновані перспективи його реалізації, сприяє просуванню дискурсу суб'єкта впливу. Зазвичай в рамках виборчих або інших інформаційних кампаній основною цільовою аудиторією стає та частина населення, яка ще не визначилася. Ця категорія виборців ділиться на підгрупи: молодь, представники громадськості, бізнесмени, чиновники і політики, журналісти і ЗМІ, вчені, пенсіонери, які в подальшому вже можуть поділитися за регіональною ознакою. Виборчу кампанію Б. Обама 2012 р. назвали найбільш мікротаргетованою в історії (тобто націленою на невеликі групи), коли конкретні профілі виборців, які могли проголосувати за Обаму, дозволили персоналізувати і меседжі, які до них потрапляли [Почепцов, 2015]. Сьогодні виявляється можливим прорахувати політичну позицію людини на основі великої кількості даних, які задають стиль її життя.

Культура може розумітися як спосіб життя, побуту, пронизаний сигніфікації [Давыдов и др., 2013]. **Створення моделі способу життя**



**соціуму**, яка транслюється в інформаційному просторі, орієнтує споживача інформації на стандарти життєдіяльності, які він прагнучиме відтворювати в своєму житті. *Культурне домінування* в інформаційному просторі призводить до того, що західна культура, західний стиль мислення і спосіб життя, поширювані через голлівудські фільми, всесвітньо відомі телевізійні канали та інтернет, просочують молоде покоління інших країн специфічними ціннісними установками, які властиві західним суспільствам. Молодь сприймає зовні дуже привабливе (особливо для незміцнілої свідомості молодих людей) життя і починає тягнутися до нього, до високих стандартів споживання, які йому властиві, але не властиві традиційним суспільствам, які мають інші умови життєдіяльності. Пропоновані зміни матеріальних і споживчих запитів, поведінкових норм відкидають існуючі традиції, викликаючи найчастіше нездійсненні соціальні амбіції, що підриває основи існуючого в конкретному суспільстві порядку. Глобальна перевага Заходу в інформаційно-психологічній та соціально-культурній сферах багато в чому пояснює масову підтримку політичних сил, які впроваджують в периферійні суспільства дискурси, не властиві цим соціумам, що приводить ці суспільства до нестійкості їх політичних систем [Запесоцкий, 2013].

Просування дискурсу суб'єкта впливу має на увазі присутність цього дискурсу в просторі соціальних комунікацій суспільства, в рамках якого відбувається програмування дискурсу споживача інформації. *Конструювання простору соціальних комунікацій* передбачає створення соціальних підпросторів, що транслюють дискурс суб'єкта впливу, управління структурою простору соціальних комунікацій, управління конструюванням соціетального дискурсу.

Простір соціальних комунікацій включає наступні підпростори: міжособистісних комунікацій, комунікацій групових суб'єктів (інформаційного простору ЗМІ), простору інституційних комунікацій

(рис. 2.3.2). У просторі соціальних комунікацій інформація постає як частина фрагмента дискурсу суб'єктів, які конструюють соціетальний дискурс в різних соціальних позиціях. Дискурс суб'єкта впливу не тільки безпосередньо надходить до споживача через трансляцію інформації, але і ретранслюється в просторі соціальних комунікацій іншими суб'єктами. Джерела інформації не стільки транслюють повідомлення, скільки диктують умови самотрансляції дискурсу, працюючи на його нескінченне самовідтворення [Белоусов, 2003; Почепцов, 2001в].

Реальне соціальне панування в інформаційному суспільстві виникає з володіння вбудованими в соціальну структуру культурними кодами, що забезпечується шляхом створення єдиних центрів виробництва уніфікуючих смислів [Кастельс, 2000]. Безпосередній вплив окремих інформаційних повідомлень і кампаній доповнюється непрямим впливом, коли індивідуального суб'єкта занурюють в керований простір соціальних комунікацій. Реалізація стратегічних завдань комунікації здійснюється шляхом виробництва інформаційного продукту різної організаційної складності, управлінням інформаційними потоками, а також створенням соціальних структур, що підтримують необхідний тип дискурсу [Петрик та ін., 2008; Почепцов 2001в].

Вплив дискурсу одного суб'єкта буде опосередковано всім масивом одержуваної інформації, коли вплив здійснює не стільки зміст інформації, скільки місце інформації в просторі соціальних комунікацій. У цьому випадку споживач оцінює не стільки сам дискурс, скільки впливовість автора дискурсу в просторі соціальних комунікацій. Зникнення дискурсу з публічного інформаційного простору означає зниження його ваги в соціетальному дискурсі, що може призвести до зниження активності його прихильників: через те, що людина не хоче опинитися в ізоляції, вона або зміщується на позиції більшості, або мовчить [Ноэль-Нойман, 1996].

У ситуації однополярної глобалізації єдиний інформаційний простір є полем реалізації інтересів гегемона на противагу інтересам інших політичних суб'єктів. У цьому просторі контроль над виробництвом і поширенням інформації (і дискурсу) здійснюється єдиним центром, який є замовником мережевих процесів розповсюдження інформації з урахуванням геополітичного протистояння. У будь-якому суспільстві, підключеному до глобальної мережі, після прокачування по ньому постмодерністських смислових кодів спостерігається трансформація ідентичності, що викликає реструктуризацію суспільства з ієрархічності в мережеве, і затребуваність нового формату управління, що слідує моделі сприйняття реальності, яка змінилася [Коровин, 2013].

Сучасні інформаційно-комунікативні технології націлені на персоналізацію інформаційного впливу, коли масові комунікації доповнюються нішевими (груповими) і індивідуальними (міжособистісними) комунікаціями, причому роль останніх зростає [Почепцов, 2015]. Як віяння часу виникають технології створення штучної громадської думки, наприклад, астротурфінг (англ. astroturfing), коли використовуються сучасне програмне забезпечення або спеціально найняті оплачувані користувачі для штучного управління громадською думкою. Ці технології застосовуються для витіснення думки реальних людей на веб-форумах, для імітації громадської підтримки та організації підроблених кампаній в інтернеті, які створюють враження, що велика кількість людей вимагають чогось конкретного або виступають проти чогось, просуваючи необхідний дискурс [Овчинский, Сундиев, 2013].

Існують комп'ютерні програми з управління персонажами, які дозволяють невеликій кількості людей створювати «армію віртуалів» (фіктивних користувачів, «ботів»), які можуть спотворювати правду, в той же час створюючи враження «справжнього онлайн-повстання». Дана технологія дає можливість вести секретну блогерську діяльність на

зарубіжних сайтах. В рамках цієї програми створюються вигадані віртуальні особистості в Twitter, Facebook і інших соціальних мережах, які за всіма зовнішніми ознаками будуть здаватися звичайними користувачами і мати переконливу легенду. Однією з різновидів цих технологій управління громадською думкою є «тролінг». Створюється фальшивий (анонімний) акаунт, від імені якого видаються коментарі до різних повідомлень, мета яких – відвести від теми дискусії, нацьковуючи відвідувачів інтернет-сторінок, насаджуючи між ними ворожнечу. Інформаційний простір стає заручником технологій, коли його зміст може управлятися ззовні технічними засобами, створюючи видимість соціальної підтримки необхідного дискурсу.

Суб'єкти впливу прагнуть здійснювати *контроль над інформаційними потоками* просторів соціальних комунікацій, протидіючи іншим суб'єктам. Одним з механізмів є «*фільтрація інформаційного потоку*», коли регламентуються актуальні теми, джерела інформації, можливі дискурси [Дзялошинский, 2006]. Як механізм контролю виступає і *цензура* як обмеження небажаних дискурсів. Інформаційний простір соціуму перебуває під державним управлінням, в рамках якого регулюються відносини між суб'єктами впливу, допущеними до просування власних дискурсів. Наприклад, у Великій Британії медіарегулятор Ofcom здійснює нагляд за якістю теле- і радіоматеріалів в країні. У його завдання, крім іншого, входить захист аудиторії від шкідливої і такої, що ображає почуття, інформації, а також контроль за дотриманням принципів коректності та об'єктивності в роботі журналістів [Цензура в Великобритани...]. Багато розвинених країн (Китай, Росія, США та ін.) зараз активно інсталиють системи фільтрації інформації в інтернеті, розробляючи законодавства, які підтримують відповідальність за контент [Игорь Ашманов ..., 2013].

Суб'єкти впливу можуть створювати організації, які мають статус автономних, основна діяльність яких формально не пов'язана з

виробництвом інформації, але ці організації, будучи афілійованими зі структурами, що фінансуються суб'єктами впливу, просувають їх дискурс. Неурядові організації (НУО), зокрема неурядові аналітичні центри, які сьогодні розглядаються як один з найважливіших показників рівня демократії та інтелектуальної конкурентоспроможності країн на світовій арені, можуть виконувати важливу функцію «інтелектуального моста» між суспільством і владою, вивчаючи суспільні потреби і пропонуючи державним інституціям нові ідеї, варіанти дій [Неурядові ..., 2003; Сенченко, 2016]. Виділяють партійні, урядові, квазі-урядові, незалежні (неурядові) та ін. дослідницькі організації. Спеціально підкреслюється, що неурядові think tanks (маються на увазі дослідні організації) виступають як «громадські», «незалежні (позапартійні)», і їх діяльність впливає з громадських інтересів і орієнтується на них, здійснюючи лобювання інтересів суспільства [Неурядові ..., 2003].

У країнах, де громадські організації не є самодіяльними організаціями в повному сенсі цього слова (суспільство, з різних причин, не готове нести витрати на їх утримання), неурядові організації поступово стають інструментом впливу зовнішніх сил на політику держави [Делягин, 2003; Плющ, 2012f]. Наднаціональні структури переходять від підтримки окремих «експертних» організацій, агентів впливу, своєрідних сконструйованих «лідерів думок» на ринку інформаційних послуг до побудови мереж впливу, які фактично стають завуальованими політичними акторами, що транслиують соціальний дискурс, породжений ззовні, тим самим відстоюючи інтереси міжнародних структур. Це знищує сам сенс демократії, коли наднаціональні структури отримують безпосередні важелі впливу на керуючу систему, а ідеї та уявлення, що народжуються суспільством, вже не інтегруються в соціетальному дискурсі і, відповідно, перестають впливати на суспільний розвиток. Неурядові організації, створені для забезпечення «потреби суспільства в необхідній інформації», поступово стають

провідниками впливу, утвердження в суспільній свідомості стороннього дискурсу.

У західноєвропейських державах і державах пострадянського простору побудовані дуже широкі мережі неурядових організацій, що охоплюють системним чином всі сегменти суспільства, влади, ЗМІ та бізнесу [Блум, 2013]. На пострадянському просторі функціонує близько 37 тис. різних інформаційних і громадських структур, покликаних забезпечувати підтримку реалізації атлантичної (західної) геостратегії щодо Росії і країн СНД. Посилюється гуманітарний та інформаційно-комунікаційний вплив на суспільну свідомість цих країн з метою «селекції» життєвих і ціннісних пріоритетів, що розмивають їх ментальність [Тимофеева, 2009].

Створюються структури, здатні здійснювати ідейно-політичний лобізм в світовому масштабі: вони цілеспрямовано впливають на вироблення і прийняття ключових рішень за допомогою регулювання потоку циркулюючих в світовому політичному просторі ідей і уявлень. Це центри, інститути, ради, асоціації дослідного і аналітичного характеру. Частина з них вбудована в державно-політичні механізми, інша – діє за їх рамками. Причому в останні десятиліття другі грають більш помітні ролі не тільки в формуванні ідейних засад зовнішньої політики окремих держав, а й при коригуванні глобальних політичних процесів [Коровин, 2013].

Управління просуванням дискурсу здійснюється і в сфері культурної політики. Наприклад, ЦРУ в обстановці найсуворішої таємності, ретельно маскуючи своє фінансування нагромадженням підставних фондів, розробило довгострокові програми культурного та інтелектуального впливу на еліти європейських країн. ЦРУ проводило культурні конгреси, виставки і концерти, публікувало і перекладало знаменитих письменників, які слідували керівним вказівкам, підтримувало абстрактне мистецтво на противагу мистецтву з соціальним змістом і по всьому світу фінансувало

журнали, які критикують марксизм, комунізм і революційну політику, виправдовуючи або не звертаючи уваги на насильство і руйнування, заподіяні політикою Заходу. Численні видання, симпозиуми, виставки, концерти та програми конгресу повинні були переконати європейців, що «Америка і американці досягли повного тріумфу у всіх сферах людського духу, спільних і Старому і Новому Світу» [Сондерс, 2013].

Життєздатність соціетального дискурсу перевіряється часом, коли його використання допомагає у вирішенні викликів, що стоять перед суспільством. У довгостроковій перспективі створення своєї моделі людини, суспільства, системи смислів і цінностей здатне дати соціуму шанс відстояти свою цивілізаційну незалежність [Черемных, Восканян, 2013]. Управління просуванням дискурсу являє собою перехід на рівень мета-управління комунікацією, коли регулювання піддаються не окремі акти, а система комунікацій, за допомогою якої функціонує суспільство, що відстоює своє історичне призначення. На думку Г.Г. Почепцова, «перебудова» може розглядатися як операція зі зміни кодів цілої країни, введення нового коду, який не тільки активно функціонував, але і був агресивно налаштований до існуючого коду [Почепцов, 2001б].

*Організація аутокомунікації споживача інформації* є одним з механізмів програмування соціетального дискурсу. У цьому випадку споживач автоматично розглядається як частина суспільства. Індивідуальний суб'єкт у ході соціалізації конструює дискурс, який є інструментом розпізнавання дискурсу інших суб'єктів, простором конструювання спільного дискурсу і результатом вдосконалення дискурсу суб'єкта. Аутокомунікація дозволяє суб'єкту сконструювати цілісний інтегративний дискурс, поєднавши дискурси різних життєвих вимірів. Організація аутокомунікації суб'єкта включає в себе конструювання нормативного дискурсу, задавання способів самоорганізації суб'єкта, задавання критеріїв якості дискурсу.

Нормативний дискурс (як програма життєдіяльності) являє собою сукупність безлічі програм поведінки (в різних ролях). Цей дискурс, сформований у суб'єкта, передбачає автоматичну повсякденну діяльність суб'єкта, коли йому не доводиться вирішувати завдання, що виходять за рамки раціонального мислення (перебору наявних варіантів дій в різних ролях). Нагородою за «правильний» вибір програми поведінки в конкретній ситуації служить рефлексивна оцінка (зворотній зв'язок). Успішна реалізація програми «дарує» суб'єктам позитивні зворотні зв'язки (наприклад, емоції, почуття виконаного обов'язку, схвалення інших суб'єктів), спонукаючи до продовження діяльності.

**Конструювання нормативного дискурсу** може розумітися в широкому контексті як частина аутокомунікації соціуму. У цьому випадку споживач в ході соціалізації засвоює конструкти соціетального дискурсу шляхом практик життєдіяльності, соціальних комунікацій, самоосвіти. Зміст нормативного дискурсу зумовлено пам'яттю системи, яка забезпечує збереження нею частини власних операцій, що дозволяють використовувати їх повторно. Пояснення механізму впливу сходять до ідеї «гегемонії» А. Грамші, згідно з якою в якості ефективного впливу використовується тонкий, щоденний механізм затвердження певного стану речей як повсякденного, рутинного, що не підлягає сумніву [Грамши, 1991]. Таким чином, створюється картина «звичного світу», де задані набір акторів, їх місце в структурі і властиві їм способи дії. Конструювання нормативного дискурсу може розумітися і в більш вузькому контексті. У ситуації комунікації її учасники конструюють спільний дискурс як результат спільних дій групового суб'єкта, його аутокомунікації. При сприйнятті знакового тексту інформації суб'єкт в ході аутокомунікації удосконалює наявний у нього дискурс, інтегруючи його і реконструйований дискурс автора тексту в цілісність, встигаючи оцінити якість отриманого дискурсу



Те, що відбувається постійне оновлення нормативного дискурсу передбачає, що його автор здатний забезпечити способи вдосконалення дискурсу. **Способи самоорганізації споживача інформації** мають на увазі можливість вдосконалення його дискурсу в різноманітних сферах його життєдіяльності. Вони забезпечують різноманітність соціальних практик, безліч соціальних комунікацій (включаючи джерела інформації), складність організації процесу самоосвіти. Оволодіння споживачем способами самоорганізації має на увазі вміння використовувати наявні можливості власного дискурсу з метою його вдосконалення.

Змінність світу передбачає **наявність критеріїв якості дискурсу**, що дозволяють споживачеві оцінювати трансформації дискурсу в часі. Переконавання в якості дискурсу супроводжується постійним підтвердженням цієї якості в практиках суб'єкта, в комунікаціях з іншими суб'єктами, в оцінці внутрішньої пов'язаності (цілісності) дискурсу в ході аутокомунікації. Затребуваність соціуму в суб'єктах з певним типом дискурсу, що відкриває для цих суб'єктів можливості самореалізації в цьому соціумі, може служити одним з критеріїв привабливості дискурсу. Якість соціетального дискурсу піддається оцінці при порівнянні з рівнем життя в інших країнах і при позиціонуванні країни в існуючій структурі світового порядку. Соціальні структури, які виконують рефлексивну функцію, пропонують суб'єктам суспільства критерії якості соціетального дискурсу, що мають на увазі можливість розвитку суспільства в умовах, що змінюються і відповідні його історичному шляху.

#### Висновки до розділу 4

Проаналізовано розуміння поняття механізм, під яким в широкому плані розуміється матеріалізована ідея перетворення одного виду енергії в інший. Психологічні механізми розглянуті як діяльність суб'єкта по

перетворенню його ментальних структур. Організація механізмів подібна організації тексту: виділяються задум (ідея) діяльності, структура діяльності, що включає механізми нижчого рівня, в основі яких лежать набори елементарних дій. Якщо перетворення ментальних структур відбуваються в ході аутокомунікації суб'єкта, можна говорити про власне психологічні механізми. Доповнення ментальних структур суб'єкта фрагментами структур інших суб'єктів в ході взаємодії зі світом дозволяє говорити про соціально-психологічні механізми.

Запропоновано модель психологічних механізмів сприйняття інформації, що володіє масштабною інваріантністю (самоподібністю). Ці механізми дозволяють споживачеві реконструювати фрагменти дискурсу, закладені в інформації. Задані базові механізми: розпізнавання, розуміння, антиципація, які застосовуються до різних структурних елементів тексту: знаків сенсів, цілей, виділеної споживачем інформації. Конкретна структурна модель психологічних механізмів сприйняття розгортається дослідником виходячи з передбачуваної складності організації дискурсу споживача, що дозволяє йому отримувати від інформації знаки, смисли, цілі різної конструктивної складності.

Сконструйовано синергетичну модель соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу. Ці механізми представлено як складноорганізовану діяльність суб'єкта впливу з просування його дискурсу, що має текстову природу. До соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу віднесено конструювання знакового тексту інформації, створення соціального контексту ситуації комунікації, програмування дискурсу споживача інформації. У будь-якій діяльності суб'єкта з організації інформаційного впливу функціонують всі три соціально-психологічних механізми, проявляючись відповідно до природи і складності організації конструйованого тексту. Дія окремого механізму передбачає можливість розгортання різних структурних механізмів, що

складаються з безлічі механізмів нижчого рівня залежно від наявних ресурсів, контексту ситуації і поставлених завдань.

Установлено компліментарність організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу та психологічних механізмів сприйняття інформації. Якщо суб'єкт впливу здійснює складання тексту(ів), то споживач починає сприйняття інформації з деконструкції тексту(ів): вибір елементів – розпізнавання елементів; з'єднання елементів – демонтаж цілого на частини, що дозволяє розуміти зв'язку елементів в виділених контекстах; задавання логіки конструювання цілого відповідно до цілей – антиципація цілей організації цілого. Взаємодоповнення цих процесів уможливорює інформаційний вплив, що призводить до «засвоєння» фрагментів трансльованого дискурсу. При цьому безпосередній інформаційний вплив опосередковано соціальним впливом автора інформації та індукованим впливом дискурсу суб'єкта впливу, які запускають процеси самоорганізації споживача інформації.

## РОЗДІЛ 5

### ВИВЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

*Задається розуміння ефективності інформаційного впливу, відповідне логіці запропонованої синергетичної концепції інформаційного впливу. Наводяться приклади емпіричних досліджень, що ілюструють різні способи визначення ефективності інформаційного впливу.*

#### 5.1. Результати і ефективність інформаційного впливу

##### *Результати інформаційного впливу*

Дослідник аналізує процеси інформаційного впливу, спираючись на наявну у нього теорію, яка зумовлює розуміння процесів, що відбуваються. В рамках синергетичної концепції інформаційний вплив розглядається як діяльність з розповсюдження інформації з метою просування дискурсу суб'єкта впливу. Споживач піддається впливу інформації, автора і його дискурсу, які зумовлюють результати інформаційного впливу. Дослідник, аналізуючи ці результати, може орієнтуватися на різний внесок факторів, що впливають.

У теоретичній моделі інформаційного детермінізму мається на увазі, що на споживача впливає «об'єктивна» інформація, здійснюючи на нього безпосередній (безсуб'єктний) вплив. У моделі соціального детермінізму споживач, крім впливу інформації, піддається опосередкованого впливу її автора. При аналізі процесів інформаційного впливу слід враховувати дію двох факторів, коли результати цього впливу можуть пояснюватися, приміром, не впливом змісту інформації на споживача інформації, а його

нездатністю висловити іншу думку в ситуації комунікації, яка знаходиться під контролем суб'єкта впливу. У цій ситуації просування дискурсу суб'єкта впливу зумовлено уявленнями про впливовість суб'єкта і наслідками ігнорування його дискурсу. В синергетичній моделі доводиться враховувати вплив трьох чинників: інформації, соціального контексту ситуації комунікації, інструменту комунікації (припускаючи, що дискурс споживача інформації в ситуації комунікації може оновлюватися). Споживач інформації в ході взаємодій зі світом, застосовуючи оновлений дискурс в різноманітних ситуаціях, оцінює можливість його використання як вдосконаленого нормативного дискурсу.

Зміни характеристик споживача інформації, його взаємодій зі світом, трансформації дискурсів споживача і метасуб'єкта не завжди дозволяють говорити про успішність інформаційного впливу. Дискурс як складноорганізована система знаходиться в динамічній рівновазі, флуктуації її компонентів можуть бути підпороговими, в подальшому система повертається в рівноважний стан. При наступних спробах просування дискурсу суб'єкта впливу система може або збільшити амплітуду коливання компонентів, або виробити «імунітет» проти разових інформаційних акцій за участю цього дискурсу. Зміни дискурсу можуть бути відстрочені в часі, коли подолання інерції самопідтримуваних процесів самоорганізації дискурсу можливо завдяки кумулятивному ефекту багаторазових інформаційних впливів, які здійснюють латентний вплив. Накопичення підпорогових змін з часом може призвести до трансформацій структури, що вже буде свідчити про результативність інформаційної кампанії.

Діяльність споживача інформації відповідно до дискурсу суб'єкта впливу не завжди може означати привласнення фрагментів цього дискурсу, їх включення в нормативний дискурс. Споживач здійснює взаємодію зі світом в рамках певної ролі. Включення фрагментів дискурсу суб'єкта впливу в нормативний дискурс споживача інформації може бути зумовлено

ситуативної значимістю для споживача цієї рольової позиції. Зняття соціального контролю може призвести до припинення цих дій. Демонстрація споживачем інформації фрагментів дискурсу суб'єкта впливу в своїх взаємодіях зі світом може бути не стільки результатом інформаційного впливу, скільки показником соціальної компетентності споживача, коли він дотримується стандартів поведінки в рамках прийнятих ним соціальних ролей. Оголосити вголос про «голого короля» зміг тільки соціально незрілий суб'єкт, якому не загрожували соціальні санкції. Дискурс конструюється не тільки за допомогою комунікацій, тому трансформації дискурсу споживача інформації не завжди можуть бути результатом лише інформаційного впливу. Просування дискурсу суб'єкта впливу зумовлено його зусиллями щодо інформування споживача інформації, значимістю цього суб'єкта в соціальній структурі, якістю пропонованого дискурсу.

Можуть спостерігатися такі зміни дискурсу споживача інформації, викликані включенням фрагментів дискурсу суб'єкта впливу. Доповнюється текст картини світу. Змінюється набір ролей, що може призводити до трансформації моделі соціальної організації суспільства. Коригується образ майбутнього, маючи на увазі зміни в цілях і програмі життєдіяльності споживача. Можна говорити, що стратегічна мета інформаційного впливу досягнута, коли споживач не тільки засвоює фрагменти дискурсу суб'єкта впливу і здійснює діяльність відповідно до них, а й коли закладені в дискурсі цілі розвитку суспільства стають одними з життєвих цілей споживача інформації. Це, в свою чергу, дозволяє впливати на організацію соціетального дискурсу.

Справжні цілі інформаційного впливу доступні тільки суб'єкту впливу, споживач (і зовнішній спостерігач) може лише робити припущення. Декларовані суб'єктом цілі інформаційного впливу цілком можуть виявитися проміжними цілями, що дозволяють маніпулювати поведінкою споживача інформації. Так, під гаслом «свобода слова» може ховатися як

вимога надання політичним суб'єктам рівних прав при трансляції інформації в інформаційному просторі соціуму, так і вимога обмеження контролю (з боку суспільства) доступу до інформаційних джерел, що дозволяє «сильним» політичним суб'єктам на корені скуповувати «вільні» ЗМІ як безпосередньо, так і через посередників.

Інформаційні впливи викликають зміни стану споживача інформації, спонукають його до діяльності, породжують трансформації дискурсів споживача. Аналіз окремо змін стану, діяльності, планів споживача інформації може не дати цілісного уявлення про успішність просування дискурсу суб'єкта впливу. Зміна стану споживача інформації не означає автоматичного внесення коректив в його діяльність або програму життєдіяльності. Дії споживача відповідно до трансльованого дискурсу можуть виявитися ситуативними діями, пов'язаними з соціальним тиском. Зміни дискурсу споживача можуть бути короточасними, до тих пір поки він не настав на граблі непередбачених наслідків. Результатом інформаційних впливів можуть бути повільно накопичувані кумулятивні зміни, що призводять до вибухових змін в життєдіяльності суспільства начебто на рівному місці.

Рішення про внесення змін до дискурсу приймає автор дискурсу. Автором дискурсу індивідуального суб'єкта є сам суб'єкт. Носієм дискурсу групи буде кожен індивідуальний суб'єкт, що входить до її складу, але внесок кожного суб'єкта в створення групового дискурсу буде опосередкований її соціальною структурою. Автором дискурсу групи є система управління (лідер, еліта), яка приймає рішення і організовує життєдіяльність групи. Або дискурс групи задається ззовні, коли вона є частиною більш складноорганізованої структури, але провідником її дискурсу є система управління групи. Ця система, як автор дискурсу, буде оцінювати привабливість дискурсу суб'єкта впливу і можливість внесення коректив в дискурс групового суб'єкта [Татенко, 2015].

Соціетальний дискурс відтворюється в життєдіяльності суспільства, в організації його соціальних комунікацій, в аутокомунікації. Для просування в суспільстві дискурсу іншого соціуму в ньому повинні з'явитися носії нового знання. Інформаційний вплив ззовні без появи всередині соціуму прихильників трансльованого дискурсу обмежений в своїх можливостях. Суспільство скочується до відтворення традиційного дискурсу на основі наступності культури, збереження елементів звичного життєвого укладу, коли умови життєдіяльності припускають форми соціальної організації, що мають такий дискурс.

Просування в суспільстві дискурсу іншого соціуму передбачає наступні напрямки дій. Перше, зміну звичайного розпорядку життєдіяльності суспільства, в рамках якого функціонують його суб'єкти, зміна звичної системи соціальних комунікацій, впровадження носіїв стороннього дискурсу на всіх рівнях соціальної організації суспільства (індивідуальних суб'єктів, еліт, державних структур управління життєдіяльністю соціуму). Друге, формування у суб'єктів суспільства заниженої (само)оцінки власного соціетального дискурсу і завищеної (само)оцінки стороннього дискурсу, що сприяє груповому егоїзму прихильників відмови від власного дискурсу. Третє, уявлення історії суспільства як сукупності історичних образ між окремими суб'єктами суспільства і постійне мусування цих сторінок минулого в просторі соціальних комунікацій, поява в окремих груп претензій на одноосібне авторство соціетального дискурсу, заперечення історичної спадкоємності шляху суспільства. Ці дії супроводжуються дискредитацією традиційного дискурсу і його носіїв, що ведуть до руйнування керованості суспільства, до деконструкції соціетального дискурсу і, в кінцевому підсумку, до дезінтеграції суспільства.

Вивчення результатів інформаційного впливу передбачає аналіз відбуваються змін, які відбуваються з суб'єктом, (його характеристик,



взаємодій зі світом, нормативного дискурсу споживача), тобто порівняння його показників до і після впливу. В рамках синергетичної моделі організація дослідження результатів інформаційного впливу повинна враховувати дію трьох чинників: впливу інформації, соціального контексту, дискурсу суб'єкта впливу. Виявлення змін, що відбуваються зі споживачем після впливу інформації, дозволить оцінити її вплив. Вивчення наслідків інформаційного впливу на кількох різномірних групах дозволить прийняти до уваги вплив соціального контексту. Виявити вплив дискурсу суб'єкта впливу стає можливим при відстеженні змін в організації дискурсу споживача інформації в часі: чи виявилися зміни елементів за межами варіативності їх області значень, з'явилися зміни в позиціонуванні споживачів і в програмах їх життєдіяльності, наскільки організація дискурсу споживачів стала подібною організації дискурсу суб'єкта впливу.

### ***Ефективність інформаційного впливу***

Під ефективністю (від лат. effectus – виконання, дія, від efficio – дію, виконую) зазвичай розуміється або результат діяльності, іноді в якості такого розглядається вона сама, або порівняльна оцінка діяльності [Кутлалієв, Попов, 2006; Тульчинский, 2001]. В останньому випадку діяльність порівнюється з діяльністю інших суб'єктів або ефективність розглядається як відносний показник якості діяльності, який характеризує співвідношення між досягнутими і очікуваними кінцевими результатами діяльності.

Діяльність проявляється в активності суб'єкта, що викликає зміни в середовищі і наближає його до досягнення мети. Коли виконана діяльність розглядається в якості показника її ефективності, виділені параметри діяльності можуть виступати показниками її ефективності [Кутлалієв, Попов, 2006; Месконта ін., 1997; Тульчинский, 2001]. Згідно такого розуміння ефективність інформаційного впливу може аналізуватися як

проведена суб'єктом впливу діяльність з просування дискурсу (витрачені зусилля), як отримані результати, як досягнуті цілі. Розглядаючи ефективність як оцінку діяльності, можна виявити три виміри оцінки: оцінювання виконаної діяльності, проміжна оцінка отриманих результатів діяльності (таких, що відбулися і запланованих змін середовища), оцінка можливості досягнення кінцевих цілей. Якщо по горизонталі відкласти показники діяльності, а по вертикалі – можливі способи оцінки діяльності, то можна побудувати розгорнуту структуру показників ефективності діяльності (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

### Показники ефективності діяльності

Ефективність як показник діяльності Ефективність як оцінка діяльності	Витрачені зусилля (суб'єкта впливу)	Отримані результати (зміни середовища)	Досягнуті цілі (суб'єкта впливу)
Оцінювання проробленої діяльності	Показники виконаної роботи	Отримані результати	Досягнуті цілі
Оцінювання виконаної і запланованої діяльності	Показники виконаної роботи / Запланована діяльність	Отримані результати / Заплановані результати	Досягнуті цілі / Заплановані цілі
Ціна досягнутого (оцінка можливості досягнення кінцевих цілей)	Витрачені ресурси / Показники виконаної роботи	Витрачені ресурси / Отримані результати	Витрачені ресурси / Досягнуті цілі

Активність суб'єкта, пов'язана з організацією інформаційного впливу, оцінюється кількістю і якістю виробленої інформації (знакових текстів, метатексту, гіпертексту). Критеріями ефективності можуть служити кількість вироблених текстів (їх обсяг, рейтинги програм – популярності, перегляду, довіри, тривалість і кількість переглядів і ін.), Охоплення аудиторії (кількість людей, які отримали інформацію), охоплення сегмента інформаційного простору. Ці критерії можуть розраховуватися на одного споживача, на цільову аудиторію, на суспільство в цілому, за певний період часу, за інформаційну кампанію цілком. Методи проведення інформаційного аудиту

(масові опитування, «панельні дослідження», різні інтерв'ю, фокус-групи, моніторингові дослідження та ін.) детально описані в книгах фахівців в сфері соціальних комунікацій [Королько, 2001; Ольшанский, 2003; Почепцов, 1998].

Результати інформаційного впливу проявляються в змінах характеристик і взаємодій зі світом споживача інформації, в трансформації його дискурсу. Як споживачі інформації можуть бути розглянуті індивідуальні суб'єкти, групові суб'єкти, суспільство в цілому. Дослідник, виходячи з наявних у нього ресурсів, самостійно вибирає індикатори зміни виділених параметрів, які підлягають вивченню. Так, ефективність антитютюнової інформаційної кампанії може бути зумовлена проявом змін стану індивідуальних суб'єктів (поліпшення здоров'я, самопочуття), їх соціальних практик (спроб кинути курити, новий спосіб життя) і переконань (наприклад, що курити шкідливо) [Зимбардо, Ляйппе, 2000]. Зміни, що відбулися з споживачем не завжди говорять про ефективність інформаційного впливу, отримані зміни можуть бути викликані і іншими факторами (впливом соціального контексту і процесами самоорганізації дискурсу суб'єкта), про що вже згадувалося вище. Викликані зміни можуть бути і короткочасними, коли вони коригуються наступними діями інших суб'єктів впливу, або система, що знаходиться в стані динамічної рівноваги, повертається в первісний стан.

Слід врахувати, що отримані результати (зміни, що відбулися з споживачем інформації) не завжди відповідають запланованим цілям, причиною чого можуть бути неякісне виконання запланованої діяльності, протидія інших суб'єктів, неврахування побічних наслідків. Наприклад, перегляд кадрів про жертви терористичних актів з місця подій, крім співчуття жертвам, пробуджує і страх перед діями терористів. У суспільстві можна як викликати хвилю обурення, так і породити атмосферу страху.

Досягнення цілей інформаційного впливу зумовлено горизонтом планування. Зрушення в картині світу споживача цілком можливі після

одиничних інформаційних впливів. Зміна соціальних практик споживача, як правило, є результатом тривалих інформаційних кампаній. Присвоєння споживачем фрагментів дискурсу суб'єкта впливу, що ведуть до змін програми життєдіяльності споживача, зазвичай передбачає і зміни його соціального контексту. Це є досить трудомістким завданням, що вимагає чимало часу. Досягнення цілей інформаційного впливу передбачає якість визначення мети суб'єкта впливу: як в постановці кінцевих цілей, так і в розробці шляхів просування до них, створюючи системи проміжних цілей.

Вимірювання ефективності може виступати в якості оцінки проміжних результатів діяльності суб'єкта, коли проводиться порівняння виконаної і запланованої діяльності. Планування показників інформаційного впливу буде зумовлено особливостями використовуваної суб'єктом моделі інформаційного впливу, виходячи з наявних у нього ресурсів. Якщо запланована суб'єктом впливу програма діяльності не враховує дії деяких факторів, то навіть виконання всіх планів може не дозволити досягти намічених цілей.

Ефективність також може бути розглянута як оцінка руху до запланованих цілей діяльності, коли ця оцінка служить підставою для осмислення можливості продовження руху до запланованих кінцевих цілей або необхідності внесення коректив в початковий план, аж до його скасування. Для суб'єкта впливу розрахунок ефективності проміжних показників діяльності виконує функцію зворотного зв'язку в процесі досягнення цілей інформаційного впливу (оцінка в оцінці). Ця оцінка може застосовуватися для порівняння діяльності різних суб'єктів. Може виявитися, що витрачені ресурси не варті виконаної роботи, отриманих результатів і досягнутих цілей: отримані результати і досягнуті цілі дістаються дорогою ціною.

Існує ряд факторів, здатних нівелювати ефективність діяльності з просування дискурсу суб'єкта впливу: проблеми в організації інформаційної

кампанії, успішна протидія опонентів, зміна соціального контексту, який передбачає корекцію поставлених цілей. В останньому випадку відбувається зміна значущості пропонованого дискурсу. У світі, що змінюється, дискурс будь-якого суб'єкта має локальну застосовність, що передбачає можливість трансформації дискурсу в процесі комунікації і, відповідно, ймовірні перетворення в організації діяльності інформаційного впливу (її цілі та плани досягнення). Відповідно будуть зазнавати зміни і показники ефективності цієї діяльності.

У загальному випадку ефективність інформаційного впливу може бути розглянута як цілісна оцінка виконаної діяльності, як оцінювання результатів проміжної діяльності на шляху до запланованої мети, як оцінка можливості досягнення кінцевих цілей. Ефективність є відносною характеристикою, залежно від співвідношення конкретних показників, що характеризують діяльність суб'єкта впливу з просування дискурсу, чутливість аудиторії до зусиль суб'єкта, можливість досягнення цілей впливу. Залежно від теоретичних моделей дослідників інформаційного впливу існує безліч показників ефективності, методів їх оцінки та процедур вимірювання. Спеціальні показники розробляються під конкретну кампанію, в залежності від її цілей, аудиторії, умов проведення, наявних ресурсів, термінів проведення, намічених проміжних і кінцевих результатів, можливостей моніторингу.

## **5.2. Вивчення впливу інформації на її споживачів**

В кінцевому підсумку, основною мішенню інформаційного впливу стають ментальні структури споживача інформації, коли відбувається їх корекція в результаті засвоєння фрагментів дискурсу суб'єкта впливу [Плющ, 2011d]. Просування дискурсу передбачає зміну стану споживача інформації, коли внаслідок усвідомлення неповноти власного дискурсу

виникає необхідність його правки. Внесення змін до організації ментальних структур має на увазі, що ці зміни виявляться також в життєдіяльності споживача, в його комунікаціях з іншими суб'єктами, в змінах організації дискурсу.

Про зміни в життєдіяльності свідчить поява нових соціальних практик, які можуть викликати зміну життєвих планів. Зміни в комунікаціях простежуються в широкому спектрі – від використання фрагментів дискурсу суб'єкта впливу в комунікаціях з іншими суб'єктами до зміни соціальної ролі, коли споживач інформації перетворюється в ретранслятора і співавтора дискурсу суб'єкта впливу. Трансформації дискурсу можуть охоплювати різні рівні його організації. Фрагмент дискурсу суб'єкта впливу може бути структурним компонентом дискурсу споживача інформації, споживач може використовувати цей фрагмент в рамках однієї з ролей в певних ситуаціях, може використовувати знання про нього для побудови більш повної картини світу.

Зазвичай результати впливу розглядаються у часовій перспективі, що передбачає аналіз змін, що відбуваються зі споживачем, порівняння його показників до і після впливу. Можна виділити безпосередні зміни його стану в процесі комунікації, трансформацію його діяльності за межами ситуації комунікації відповідно до трансльованого дискурсу, зміну цілей життєдіяльності як наслідок перетворень його дискурсу. Зміни, що відбуваються вивчаються за допомогою вибіркового або лонгитюдних досліджень [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Інформаційний вплив ..., 2011]. У першому випадку порівнюються стани суб'єктів в різних групах, що піддаються і не піддаються впливу. У другому випадку відслідковуються зміни в часі в одній групі респондентів, що відбуваються під впливом відповідної інформації.

Зміна стану суб'єкта під впливом інформації зумовлена особливостями психічної організації споживача інформації. Отримання інформації викликає

фізіологічні зміни споживача інформації, зокрема, нейрофізіологічні, хімічні і фізичні реакції головного мозку, активацію моторних зон кори головного мозку, які можуть реєструватися різними дослідницькими методами: функціональною магнітно-резонансною томографією (фМРТ), електроенцефалографією (ЕЕГ), магнітоенцефалографією (МЕГ) і транскраніальною магнітною стимуляцією (ТМС) [Фаликман, 2015]. Може відбуватися синхронізація мозкової активності двох осіб в процесі вибудовування взаємодії. Іншими показниками фізіологічного збудження можуть виступати частота серцебиття, електрична активність шкіри (потовиділення), частота дихання і ін. [Харрис, 2001]. Наприклад, сексуальне збудження під впливом перегляду порнографії можна оцінити, виміривши частоту серцебиття, електрохімічні характеристики шкіри, набухання пеніса або зволоження піхви. Перегляд фільмів жаху або спортивних матчів викликає такі фізичні зміни, як почастішання дихання і серцебиття, реакції шкірних покривів і блокування альфа-хвиль, що випускаються мозком [Харрис, 2001]. Широко відомий приклад масового спалаху фотосенситивної епілепсії різного ступеня тяжкості у більш ніж 12 тис. японців віком від 5 до 58 років, які звернулися за медичною допомогою після перегляду анімаційного фільму «Покемон» [Полат, 2004].

Крім фізіологічних характеристик можуть змінюватися когнітивні (знання, уявлення в різних областях політики, економіки, культури) і регуляторні (атрибуції, мотиви, ціннісні орієнтації, точки зору, інтереси, інтенції, система цінностей і ін.) характеристики [Публіцистика ..., 2007]. Також може відбуватися активація когнітивних схем аналізу інформації (фреймінг, праймінг), когнітивних процесів обробки та інтерпретації інформації.

Коли споживачі інформації отримують інформацію-подразник з певним значенням, то думки, пов'язані з певними емоціями, активують відповідні почуття і поведінкові реакції. Дослідження показали, що сумні

думки можуть викликати зневіру, а агресивні думки при певних обставинах можуть породжувати ворожі почуття або навіть дії [Брайант, Томпсон, 2004]. Прочитуючи інформацію, аудиторія змушена ставати на закладену позицію автора, і якщо немає явного відторгнення цієї позиції, споживач присвоює фрагменти авторського дискурсу. Наприклад, соціальна реальність, що транслюється в інформації, поступово стає нормативною картиною світу споживача цієї інформації [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Інформаційний вплив ..., 2011].

У процесі сприйняття інформації запускаються процеси аутокомунікації, коли емоційні переживання, викликані споживанням інформації, зумовлюють подальші психологічні процеси, такі як пам'ять, увага, формування установок і ін., які опосередковують тривалі комунікації [Брайант, Томпсон, 2004; Винтерхофф-Шпурк, 2007]. Емоційні переживання розрізняють за ступенем їх інтенсивності та складності організації. Виділяють базальні емоції (наприклад, злість, смуток, відраза, занепокоєння, сором, симпатія, здивування, гнів); почуття, пов'язані з об'єктами, які їх викликають (любов, ненависть, радість, заздрість, страх); афекти, що супроводжуються високим ступенем збудженості (напади сказу, паніки, радісне сп'яніння, ейфорія) [Брайант, Томпсон, 2004; Винтерхофф-Шпурк, 2007]. Пережиті при отриманні інформації емоції – це продукт як фізичного стану суб'єкта в процесі взаємодії з інформацією, так і когнітивної оцінки цього стану [Харрис, 2001]. Наприклад, страх у споживачів інформації, особливо у дітей, як правило, пов'язаний з демонстрацією фільмів жахів і репортажами про неприємні або страшні реальні події. Разом з тим у зрілих споживачів інформації страх ізоляції від групи може виявитися важливіше власної оцінки інформації [Ноэль-Нойман, 1996]. Культивування у споживачів інформації відповідних емоційних станів (тривожності, ворожості, депресії) або, навпаки, притуплення чутливості може бути окремим завданням інформаційного впливу [Коровин, 2013; Лифтон, 2005].



Якщо в ролі споживача інформації розглядаються групові суб'єкти, то результатами інформаційного впливу можуть виступати наступні характеристики групи: зміни, що відбуваються з суб'єктами, складовими групи; групові зв'язки, що сприяють згуртованості груп або груповій поляризації; дискурс групи. Якщо в якості споживача інформації розглядається суспільство, то інформаційний вплив може проявлятися в організації соціуму, його консолідації або дезінтеграції; в громадській думці, що виражає довіру чи недовіру існуючим соціальним інститутам; в організації соціетального дискурсу [Брайант, Томпсон, 2004; Публіцистика ..., 2007].

Під впливом інформації можуть змінюватися не тільки окремі характеристики суб'єкта, а й способи його взаємодії зі світом. Можуть активуватися вже сформовані моделі дій і конструюватись нові форми, що включають фрагменти трансльованих дій. Виділяються три основних напрямки вивчення впливу інформації на способи поведінки споживачів інформації:

- дії споживачів інформації відповідно до трансльованого дискурсу (зокрема, купівля рекламованих товарів, голосування за кандидата, пожертвування, надання допомоги, співпраця, альтруїстичне поведіння і т.п.);

- дії споживачів інформації як побічний результат, що не передбачений суб'єктом впливу;

- дії споживачів інформації в умовах конкуренції різноспрямованих дискурсів [Брайант, Томпсон, 2004; Публіцистика ..., 2007; Харрис, 2001].

Реклама, паблік рілейшнз спрямовані на спонукання індивідів до дій, до зміни поведінки [Грачев, 2004; Публіцистика ..., 2007], тому рекламні кампанії служать хорошим прикладом соціального моделювання поведінки. Окремим випадком комерційної реклами є політична і передвиборна реклама як приклад бажаного і навмисного програмування електоральної

поведінки [Брайант, Томпсон, 2004; Винтерхофф-Шпурк, 2007]. Іншим прикладом можуть бути дитячі розважальні програми, які чинять просоціальну або позитивну дію: мовні навички, грамотність, вирішення математичних і логічних завдань, громадянська самосвідомість – в цих та інших сферах було відзначено позитивний вплив освітніх програм для дітей [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Харрис, 2001].

Інтерпретація інформації передбачає реконструкцію позиції автора, реконструкцію його оцінок моделей поведінки, запропонованих в інформації. З різних причин ця позиція автора може не викликати інтерес у споживача інформації, і тоді відбувається засвоєння зразків поведінки, які оцінюються не так, як запланував автор інформації. Прикладом може бути вивчення агресивної поведінки як результату ненавмисного і небажаного впливу інформації з елементами насильства. Споживачі, які спостерігають за зображеннями насильницьких дій, навчаються зразкам поведінки, які можуть використовувати набагато пізніше [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Харрис, 2001]. Інформаційний вплив сексуально відвертих матеріалів в ЗМІ може вести до серйозних соціальних проблем, таких як сексуальне насильство і сексуальні злочини [Брайант, Томпсон, 2004].

Коли заклики до дій, закладені в інформації, припускають зміну звичного алгоритму дій споживача інформації, то споживачеві доводиться діяти в умовах конкуренції дискурсів, що може викликати у нього певні труднощі. Приклад – заклики до окремих видів просоціальної поведінки: до здорового способу життя, до відмови від куріння, до занять фізкультурою або до використання ременів безпеки під час поїздок на автомобілі [Брайант, Томпсон, 2004; Харрис, 2001]. У цьому випадку вплив інформації опосередковано іншими факторами, зокрема, критеріями привабливості дискурсів, які можуть бути зумовлені як ситуацією комунікації, так і значимістю пропонованих соціальних ролей для життєдіяльності споживача.

Іноді вплив інформації може призводити до значних змін в життєдіяльності споживача інформації. З появою нових видів діяльності він освоює нові соціальні ролі і може вносити корективи у власну програму життєдіяльності. Метою інформаційного впливу державних інститутів будь-якого соціуму є виховання свідомого громадянина цього суспільства. Інформаційний вплив організацій, від деструктивних сект до політичних рухів, має на увазі навернення знову долучених в пропаговану віру, коли вони стають прихильниками дискурсу цієї організації і починають займатися його поширенням [Зимбардо, Ляйппе, 2000].

У літературі наводиться приклад інформаційної кампанії Барака Обами під час президентських виборів в США в 2012 р, в ході якої змінювалася функція індивідуального суб'єкта в суспільстві, коли звичайний громадянин, який бере участь у виборах, з споживача інформації ставав ретранслятором і співавтором дискурсу політичної сили [Джо Роспарс 2009]. У цій кампанії був запропонований новий формат участі пересічних громадян у політиці, при якому команда кандидата виступила координатором зусиль людей, що підтримують кандидата, і об'єднала їх. Участь у виборчій кампанії рядового виборця стало способом його самореалізації в просуванні «прогресивного» дискурсу. Організація такої інформаційної кампанії стала можливою, коли інтеграція цифрових технологій, можливостей інтернету і звичайної медіа-кампанії дозволила не стільки агітувати, скільки вести діалог з мільйонами людей за допомогою нових засобів комунікації: YouTube, електронної пошти, блогів, Facebook [Почепцов, 2015].

Емпіричне вивчення процесів інформаційного впливу спрямовується теоретичною моделлю комунікації, що є у дослідника. В рамках цих моделей процеси інформаційного впливу, які може відстежити дослідник, визначаються як функція незалежних змінних: вхідних (структурована інформація), процесуальних (особливості процесу комунікації) і вихідних

(зміни в життєдіяльності споживача інформації). Ці змінні, в свою чергу, можуть мати складну організацію.

Інформація як модель певної області дійсності (що є артикульованим фрагментом дискурсу суб'єкта впливу) розгортається у вигляді знаків тексту, його смислів і цілей автора. Вона може передаватися по різних каналах, коли паралінгвістичні (швидкість мови, тембр, модуляції, гучність голосу і ін.) компоненти мови комунікатора і його візуальні характеристики (жести, поза, лицьові експресії, рухи очей, візуальний контакт і навіть одяг і макіяж) надають вплив на сприйняття інформації [Публіцистика ..., 2007; Харрис, 2001]. Має значення і організація інформації, коли її зміст передається за допомогою єдиного повідомлення, сукупності повідомлень (метатексту) або транслюється різними суб'єктами інформаційного простору.

Крім інформації на споживача впливає організація соціального контексту ситуації комунікації, яка може припускати дублювання інформації по різних каналах. Разом з тим споживачі вибирають інформацію вибірково, виходячи з власних можливостей і уявлень. Розуміння інформації зумовлено складністю ментальної організації споживача, який інтерпретує інформацію. Залежно від того, на яку модель прийняття рішень спирається дослідник, які етапи в цьому процесі він виділяє, буде організовано вивчення впливу інформації та будуть робитися висновки про те, яким чином споживач приймає рішення про привабливість інформації та необхідності внесення змін до власну картину світу.

Вивчення змін в життєдіяльності споживача, викликаних впливом інформації, знову ж буде залежати від того, які, на думку дослідника, сторони життя споживача доступні змін під впливом інформації. Дослідник, виходячи з поставлених перед ним завдань, буде визначати, які зміни стану суб'єкта, його звичних видів діяльності, його дискурсу потрібно піддати вивченню.

Емпіричне вивчення доказів інформаційного впливу при тривалих інформаційних впливах, крім впливу самої інформації, має враховувати дію інших сил – змін соціального контексту змінених умов життєдіяльності) і можливості саморозвитку дискурсу суб'єкта за цей часовий проміжок. Оскільки незалежні змінні (інформація, контекст комунікації, споживач) представляють собою функції змінних нижчого порядку, емпіричне вивчення процесів інформаційного впливу є досить складним завданням (функція від функцій змінних). У режимі реального часу в змінному світі змінних суб'єктів точне моделювання процесів інформаційного впливу – недосяжне завдання, тому що відбувається безперервне оновлення даних і додаються нові обставини, які впливають. Досліднику доводиться обмежуватися скороченою моделлю (обмежене число даних для конкретної ситуації), де впливом деяких змінних можна знехтувати. При цьому у нього завжди є ризик випустити змінні, важливі для споживача, але які представляються досліднику несуттєвими. В цьому випадку прогнозування результатів інформаційного впливу носить імовірнісний характер.

### **5.3. Дослідження трансформацій дискурсів групових суб'єктів**

При емпіричному вивченні процесів інформаційного впливу, коли цей вплив розглядається як просування дискурсу суб'єкта впливу, можна оцінювати не проміжні результати діяльності, а досягнення цілей суб'єкта впливу. Дослідника будуть цікавити не стільки зміни, що відбуваються зі споживачем, скільки характер цих змін, наскільки його дискурс уподібнюється дискурсу суб'єкта впливу. При розширеному розумінні інформаційного впливу, коли в якості споживача інформації розглядається суспільство в цілому, метою суб'єкта впливу стає соціетальний дискурс соціуму, який представляє собою інтегративний дискурс групових суб'єктів суспільства.

Вивчення дискурсу як ментальної конструкції різної складності зумовлено його теоретичною моделлю, що є у дослідника. Реконструкція дискурсу відноситься до якісних досліджень, коли коректність вибору конкретних методів і методик дослідження ґрунтуватиметься на концептуальній спроможності моделі досліджуваного явища в рамках використовуваної методології. У синергетичному розумінні дискурс включає в себе картину світу, автора і його цілі життєдіяльності.

Дослідник, задаючи групу респондентів (носія дискурсу), що мають схожі цілі, і реконструюючи їх картину світу, може побудувати модель дискурсу цієї групи. Одним зі способів моделювання тексту картини світу можуть бути психосемантичні дослідження. Використання психосемантичних методів дозволяє реконструювати категоріальні структури індивідуальної свідомості, які виступають в якості системи координат і надають суб'єкту можливість орієнтуватися в навколишній дійсності як наповненої для нього сенсом реальності. Побудова семантичного простору є переходом від базису більшої розмірності (ознак, заданих шкалами) до базису меншої розмірності (категорій-факторам) [Петренко, 2005]. Семантичний простір є індикатором дискурсу, якщо дослідник здатний «зняти показання» і проінтерпретувати їх. Методика суб'єктивного шкалювання, як одна з психосемантичних методик, являє собою набір ознак, за якими оцінюються деякі об'єкти [Петренко, 2005]. Застосування образів країн в якості об'єктів оцінювання дозволяє визначити особливості конструювання соціального дискурсу. За допомогою методики суб'єктивного шкалювання образів країн було проведено ряд досліджень, спрямованих на вивчення трансформацій дискурсів групових суб'єктів [Лісневська, 2011а; Лісневська, 2011б; Плющ, 2013а; Плющ та ін., 2014; Плющ, 2012е].

Складність організації семантичного простору призводить до того, що він не є жорсткою, незмінною конструкцією, а знаходиться в стані

динамічної рівноваги. Може змінюватися його структура, коли варіюють кількість факторів, їх змістове наповнення, вагу факторів і ознак, що входять в чинники. Як вказує В.В. Петренко, геометричні моделі семантичних просторів дають компактну, високо структуровану, візуалізовану форму репрезентації «імпліцитних моделей особистості» в термінах Дж. Брунера, П. Тагіурі або «соціальних репрезентацій» в термінах С. Московічі, або «психологічної реальності» В.П. Зінченко [Петренко, 2002]. Стає можливим фіксування смислів суб'єкта по відношенню до аналізованих об'єктів (в нашому випадку – країнах), знаходячи координати їхніх значень в рамках семантичного простору. Сенси суб'єкта з приводу об'єктів деякої змістовної області (конотативних значень), представлені у формі координатних точок в семантичному просторі, не описують якийсь об'єкт аналізу, а представляють орієнтовну основу для розуміння логіки одного суб'єкта іншим [Петренко, 2010].

Особливості групування країн і їх позиціонування дозволяють досліднику реконструювати логіку конструювання соціальної реальності і зрозуміти роль країн. Зіставивши наявні цілі суб'єкта, який бере участь в дослідженні, і особливості позиціонування його власної країни в сконструйованій реальності, можна буде реконструювати логіку її «поведінки». Ця логіка (смилоконструювання) властива суб'єкту як виразнику дискурсу одній із соціальних груп.

У рамках дискурсу задається якась нормативна картина світу, чия структура перебуває в динамічній рівновазі. Образи країн не мають жорсткої прив'язки до конкретної точки семантичного простору, а «дрейфують» у деякій області. Наслідком цього є те, що кожна країна (її образ) займає деяку (розміту) область в семантичному просторі. Флуктуації конструктивних елементів семантичного простору під цілеспрямованим впливом можуть викликати зміни в його організації. Внаслідок цього є можливими різні способи групування країн, що призводять, в свою чергу, до

змін логіки позиціонування країн. Зміни позиціонування образів окремих країн відповідатимуть іншій логіці конструювання реальності, що разом зі змінами в позиціонуванні власної країни може викликати перетворення логіки «поведінки» (програми життєдіяльності) країни, що означає корекцію дискурсу.

Надання нової інформації викликає порушення динамічної рівноваги організації семантичного простору. Поодинокі інформаційні впливи зазвичай знаходяться в «підпороговій» зоні впливу, дозволяючи «розхитувати» стійкість існуючої структури семантичного простору і намітити рух образу країни в бажаному напрямку [Лісневська, 2011а]. Подальша інформація того ж плану дозволяє закріпити перетворення, що відбулися. Нестійкість стану образу країни дозволяє здійснювати його зрушення в просторі, змінюючи логіку позиціонування країн. Щоб домогтися бажаних змін у сформованій семантичній структурі, зазвичай передбачаються численні інформаційні впливи або одиничний вплив, що володіє значним потенціалом. Зміна позиції країни і/або логіки позиціонування країн можуть викликати перетворення не тільки семантичного простору, а й соціальної позиції автора, коли він стає виразником дискурсу іншої соціальної групи.

Нижче наведені посилання на дослідження організації дискурсів групових суб'єктів. У дорослих суб'єктів, більшість з яких має кілька життєвих ролей, що відрізняються моделями соціальної реальності, спостерігається багатовимірною організація семантичного простору [Лісневська, 2011б; Петренко, 2010]. У студентів, більшість яких не має досвіду самостійних життєвих ролей, відзначена більш проста організація семантичних просторів, яка полегшує їх інтерпретацію [Лісневська, 2011б; Плющ, 2011а]. Соціалізація підростаючого покоління спрямована на засвоєння молодими людьми нормативного соціетального дискурсу суспільства. Студенти відтворюють соціетальний дискурс простору



соціальних комунікацій або дискурс одного з його групових суб'єктів, присутніх в цьому просторі. У студентів в цілому вже сформована картина світу, вони мають достатній запас знань, тому в окремих випадках можуть висловлювати ментальність свого суспільства [Петренко и др., 2012]. У зв'язку з вищесказаним, досліджуючи дискурс групових суб'єктів, є сенс задіяти в цих дослідженнях студентів – їх дані дозволяють конструювати простіші і наочні моделі семантичного простору, які в більшості випадків не мають труднощів з їх інтерпретацією.

Було виявлено, що у студентів, які дотримуються дискурсу політичних суб'єктів, метою яких є вступ до міжнародних організацій, образ цих організацій знаходиться у привабливій області семантичного простору, розташовуючись у напрямку руху образу їхньої країни до образу ідеальної країни [Плющ, 2011b; Плющ, 2013e]. Вибір цього дискурсу заснований на зрозумілій логіці: вступ до міжнародної організації сприятиме досягненню образу ідеальної країни.

Особливості групування країн в семантичному просторі, виділені на основі кластерного аналізу, можуть вказувати на бажану модель світоустрою, що відповідає одному з дискурсів глобалізації. Наприклад, у студентів України було виявлено перевагу моделі однополярного світу, тоді як у студентів Росії – моделі багатопольярного світу [Плющ, 2012b; Плющ, 2016a]. У даному випадку, крім впливу інформації простору соціальних комунікацій, студенти при конструюванні моделі світоустрою могли проектувати модель устрою своєї держави: соціальні практики одних студентів здійснюються в рамках унітарної держави, у інших – федеративної.

Власний життєвий досвід знайомства з іншими країнами доповнює інформацію простору соціальних комунікацій, в рамках якої транслюється нормативний соціетальний дискурс, впливаючи на організацію картини світу і на особливості позиціонування образів країн. Це було виявлено при

розгляді позиціонування образу сусідньої країни, яку одна частина студентів відвідувала, а інша – ні. Студенти, які дотримуються дискурсу одного політичного суб'єкта, конструювали образ сусідньої країни різними способами: одні орієнтувалися тільки на інформацію простору соціальних комунікацій власної країни, інші, що мають можливість відвідувати цю сусідню країну, могли доповнити інформацію про неї своїми враженнями. Виявилось, що в семантичних просторах цих груп образи цієї країни були дещо зміщені. Ці зміни в позиціонуванні привели до виділення інших кластерів групування країн, породивши різну логіку конструювання моделі світоустрою в цих групах [Плющ, 2016с].

Інформаційний вплив може призводити не тільки до ускладнення, а й до спрощення структури семантичного простору, наприклад, коли організація комунікації (групової дискусії) не передбачає створення спільного дискурсу учасниками комунікації [Плющ, 2009с]. В учасників дискусії, котрі намагаються відстояти дискурс групового суб'єкта, приналежність до якого вони обрали заздалегідь, може відбуватися когнітивне гальмування. Вони вибудовують фільтри селективного сприйняття інформації, орієнтуючись тільки на власні погляди і ту інформацію, яка більше відповідає їх переконанням, не сприймаючи альтернативну інформацію [Чалдини, 2010]. Якщо людина відчуває загрозу з боку інших способів інтерпретації життя, її система конструктів може ставати простою, ригідною і жорстко фіксованою [Келли, 2000; Левин, 2000]. Це призводить до відомого феномену групової поляризації, коли дискусія в групі радикалізує початкові установки її учасників [Рубин и др., 2001; Зимбардо, Ляйппе, 200; Майерс, 2013]. За відсутності досвіду спільної діяльності з інакодумцями зіткнення з іншою точкою зору і суперечності, які при цьому виникають, можуть вирішуватися шляхом посилення своїх початкових переконань [Нисбет та ін., 2011; Плющ 2012d].

За допомогою інформаційних впливів, задаючи організацію об'єктів семантичного простору (позиціонування країн, способи їх групування, привабливі галузі як можливі атрактори), можна, розміщуючи образ країни в певній області простору, впливати на споживачів інформації та їх цілі. Було виявлено, що в осіб, що не припускають емігрувати, образ своєї країни розташований в кластері більш успішних і менш войовничих країн і знаходиться поблизу образу ідеалу, а в осіб, які декларують наміри про еміграцію, – в кластері менш успішних і більш войовничих країн на далекій відстані від способу ідеалу. Це проявилось у студентів різних країн [Плющ та ін., 2014; Плющ та ін., 2017]. Якщо реконструювати хід їхніх думок з приводу життєвих планів, то логіка студентів, які передбачають еміграцію, цілком очевидна: якщо образ власної країни далекий від образу ідеалу, то для нормального життя треба прагнути жити в більш успішних країнах, які розташовуються ближче до ідеалу [Плющ, 2012с].

Вступ індивідуальних суб'єктів в самостійне життя призводить не тільки до ускладнення організації дискурсу, а й до переоцінки якості власного дискурсу, до постановки нових життєвих цілей [Плющ, Кирилина, 2016]. В індивідуальних суб'єктів, включених в різноманіття соціальних практик, з'являється досвід конструювання дискурсу в різних соціальних ролях і досвід узгодження різних версій дискурсу, що може викликати зміни в організації дискурсу. У зрілому віці при конструюванні дискурсу суб'єкт починає спиратися на власний життєвий досвід в соціально значущих рольових позиціях, а значимість дискурсів простору соціальних комунікацій, включаючи інформаційний простір, може йти на другий план.

У дослідженні, в якому брали участь працюючі студенти-заочники, які мають, як мінімум, дві рольові позиції, відзначено, що в цій групі студентів, на відміну від студентів денного відділення, число потенційних емігрантів різко зменшується і зростає число громадян, що не припускають еміграцію [Плющ та ін., 2014]. Значна кількість молодих людей, набуваючи власний

досвід життєдіяльності, трансформували дискурс, коректуючи образ своєї країни в кращу сторону і змінюючи свої наміри виїхати з країни. Виходячи з того, що логіка позиціонування своєї країни в рамках сконструйованих семантичних просторів і у потенційних емігрантів, і в осіб, що не припускають еміграцію, залишилася колишньою, саме характер включеності в соціальні зв'язки став причиною переоцінки якості власного дискурсу і реконструкції змісту картини світу.

Зміна критеріїв якості дискурсу, коли споживачі інформації можуть переглянути якість власного дискурсу, може призводити до вибору дискурсу інших політичних суб'єктів [Плющ, 2018а]. Ці суб'єкти можуть пропонувати інші стратегії розвитку суспільства, здійснення яких, на думку споживачів, буде надавати для них можливість самореалізації. Ступінь поширеності дискурсів дозволяє судити про ефективність інформаційних кампаній з просування цих дискурсів в просторі соціальних комунікацій.

Вивчення можливості досягнення цілей, приписуваних суб'єкту інформаційного впливу, передбачає, крім аналізу змін в організації дискурсу аудиторії, розглядати траєкторію його руху у фазовому просторі дискурсів суб'єктів суспільства для виявлення подібності організації дискурсів суб'єкта впливу і споживачів інформації. Це передбачає, по-перше, відстеження динаміки змін дискурсу споживачів інформації, по-друге, аналіз характеру цих змін: чи ведуть вони до досягнення мети, до схожості дискурсу споживачів інформації дискурсу суб'єкта впливу. У цьому розділі наведені приклади досліджень трансформацій дискурсів групових суб'єктів, які ілюструють можливість вивчення ефективності інформаційного впливу як просування дискурсу суб'єкта впливу.

## Висновки до розділу 5

Запропоновано ефективність інформаційного впливу розглядати як оцінку діяльності суб'єкта впливу з просування його дискурсу. Залежно від контексту аналізу ця оцінка являє собою цілісну оцінку виконаної роботи, оцінювання результатів проміжної діяльності на шляху до запланованої мети, оцінку можливостей досягнення кінцевих цілей.

Доведено, що вивчення ефективності інформаційного впливу як оцінки діяльності суб'єкта впливу з просування його дискурсу передбачає аналіз витрачених зусиль суб'єкта впливу, отриманих результатів (змін, що відбулися з аудиторією) та досягнутих ним цілей.

Визначено низку факторів, здатних нівелювати ефективність просування дискурсу суб'єкта впливу: проблеми в організації інформаційної кампанії, успішна протидія опонентів, зміна значущості пропонованого дискурсу.

Заявлено, що емпіричне вивчення результатів інформаційного впливу, зумовлених впливом незалежних змінних (інформації, організації соціального контексту комунікації, змінного дискурсу аудиторії), що представляють собою функції змінних нижчого порядку, є досить складним завданням (функція від функцій змінних). У режимі реального часу досліднику доводиться обмежуватися скороченою моделлю інформаційного впливу, в такому випадку прогнозування його результатів носить імовірнісний характер.

Показано, що вивчення ефективності як можливості досягнення цілей суб'єкта впливу передбачає аналіз траєкторії руху дискурсів споживачів інформації в фазовому просторі дискурсів суб'єктів суспільства. Наведені

приклади досліджень трансформацій дискурсів групових суб'єктів, які ілюструють можливість вивчення ефективності інформаційного впливу як просування дискурсу суб'єкта впливу в організації соціального дискурсу.

## РОЗДІЛ 6

### ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

*Наводяться приклади використання технологій інформаційного впливу як діяльності з конструювання текстів різної природи: фізичної, соціальної, ментальної. Розглядаються основні напрями забезпечення інформаційної безпеки суспільства.*

#### **6.1. Інформаційний супровід як компонент технологій соціального проектування**

##### *Технології соціального проектування*

Під технологією будемо розуміти зумовлений станом знань спосіб досягнення мети, представленої у вигляді конкретного явища [Лем, 2002]. У найбільш узагальненому вигляді виділимо технології як діяльність суб'єкта з конструювання текстів фізичної, соціальної, ментальної природи. Виділені «ідеальні» типи технологій (виробничі, соціальні, ментальні) відповідають трьом вимірам функціонування суб'єкта і кардинально відрізняються за своєю природою. У конкретній складноорганізованій діяльності ці технології поєднані в єдине ціле, і їх виділення можливо тільки в цілях теоретичного аналізу. Технологія – це діяльність з виробництва продукту, діяльність з організації процесу виробництва, діяльність з планування досягнення цілей.

У концепціях постіндустріального суспільства стверджується, що завдяки перетворенню машинних технологій в інтелектуальні відбуваються зміни і в політичній системі, коли джерела новаторства зосереджуються в

інтелектуальних інститутах [Белл, 1999; Иноземцев, 2000; Малинецкий та ін., 2011]. В епоху постмодерну посилюється вплив інформаційних технологій на всі сфери людської діяльності, поглиблюються процеси децентралізації суспільства, відзначається підвищення значущості інтелектуальних складових життєдіяльності. Відбувається перехід до розгляду соціальних технологій не тільки як соціальних практик модернізації суспільства, а й як системи знань про суспільство і шляхи його розвитку, на підставі якої виробляється конкретна програма дій [Головин та ін., 2009].

В основі соціальних технологій лежить пропозиція соціального проекту, що забезпечує сталий розвиток суспільства з метою розкриття особистісного потенціалу його суб'єктів і конкурентоспроможності соціуму як цілісної організації в результаті процесів міжсуб'єктних комунікацій. Соціальні проекти (економічні, політичні, культурні) розглядаються як науково обгрунтовані «пропозиції модернізації суспільства з метою забезпечення оптимальних умов для виникнення, впровадження та вдосконалення соціальних нововведень, які передбачають цілеспрямовану зміну соціальних інститутів» [Тощенко, 2001]. Суть соціального проектування полягає в реконструкції існуючих і/або появі нових соціальних об'єктів, компонентів інфраструктури суспільства, концептуальних моделей майбутнього улаштування соціуму [Луков, 2003; Луков, 2007; Прогнозное ..., 1994; Тощенко, 2001]. Суспільство повинно забезпечувати можливість як артикуляції різних поглядів, так і об'єднання цих поглядів в інтегративному соціетальному дискурсі, якщо вони доводять свою спроможність.

В основі будь-якого соціального проекту лежить вихідне уявлення про сенс і призначення пропонованого нововведення, а значить, він ґрунтується на певній філософській і соціологічній концепції світу і людини, навіть якщо це не відображено в технологічній документації. Вихідні питання



соціального проектування – які стани бажані і які ресурси є для їх досягнення – в сучасних умовах розкриваються інакше, з іншими акцентами і відтінками, ніж ще 15-20 років тому [Луков, 2007]. У сучасних технологіях соціального проектування відбувається зміщення конструювання бажаних станів майбутнього в етичну сферу. Цілі проектування можуть бути визначені «тільки після дослідження цінностей, після визначення майбутньої ціннісної середовища, нового ціннісного світу, в який впишеться реалізований проект» [Прогнозное ..., 1994]. Даний підхід передбачає перенесення центру ваги з фактів «ціледосягнення» на способи досягнення цілей (питання: як, за рахунок чого, якою ціною, тобто з якими витратами передбачається досягти результату, звідси – увага до соціальних комунікацій зацікавлених суб'єктів, які можуть змінити пріоритети розвитку). Досягнення будь-якого результату становить відносну цінність, і все більше беруться до уваги наслідки досягнення результатів, те, якою ціною вони досягнуті.

В рамках індустріального суспільства розуміння ефективності технологій, і зокрема технологій соціального проектування, виходило з оцінки успішності проекту за показниками економічної ефективності (відповідності його остаточної вартості обсягу виділених асигнувань, розмірів економії і прибутку і т.д.). Але такий підхід малозастосовний у сучасному змінному світі, коли будь-які дії мають побічні наслідки. Це призводить до того, що з плином часу змінюються критерії оцінювання ефективності, змінюється цінність досягнення кінцевого стану. Усвідомлення небезпеки для долі людства діяльності, що виходить за межі екологічно допустимих меж, визначило рішучий перелом в концепції проектування соціальних нововведень і оцінці соціальних проектів.

Соціальний проект не повинен руйнувати стійкість суспільного розвитку – ця концептуальна установка сприяє завданням екологічно орієнтованих параметрів при оцінці соціальних проектів [Луков, 2007].

Розробка цих параметрів повинна враховувати, по-перше, мультиплікаційний характер будь-якого соціального нововведення, так як в умовах інформаційного суспільства, незважаючи на локальність інновацій, інформація про них стає доступною багатьом, якими б не були скромними завдання проекту і якій б малій спільноті він не був адресований. По-друге, при розробці параметрів повинна враховуватися відносна цінність пропонованих проектів: в сучасному швидкоплинному світі необхідно бути готовим до нових викликів – те, що було необхідним вчора, не завжди виявляється корисним сьогодні. По-третє, важливим є розуміння кумулятивної природи наслідків, до яких ведуть соціальні нововведення. Зміни, що породжуються успішною реалізацією проекту, наростають і з часом можуть перетнути екологічну межу, за якою позитивні наслідки нововведення будуть переважуватися його негативними наслідками. У зв'язку з цим соціальні інновації повинні бути обмежені а) в масштабі, б) в ресурсах, в) в часі. Це передбачає оптимізацію соціально-проектної діяльності, її контроль з боку не тільки держави, а й громадськості. Ідея участі суспільства у виробленні та прийнятті рішення по соціальних проектах, в недопущенні довільних рішень влади, адміністрацій всіх рівнів або приватних осіб стала однією із загальноприйнятих основ практики технологій соціального проектування в багатьох країнах [Луков, 2007; Прогнозное ..., 1994].

Технології соціального проектування є частиною змінюваного світу і також трансформуються в ході їх реалізації. Основною метою соціального проектування стає не стільки кінцевий результат (побудова проектів, наприклад, «капіталістичної», «демократичної», «комуністичної» спільнот), скільки забезпечення наступності розвитку зрілого суспільства, збереження керованості суспільної системи, можливості корекції проміжних цілей. Відбувається зсув у бік деліберативної, або комунікативної, демократії, в рамках якої діалог і взаєморозуміння за важливістю випереджають

прагматичне рішення проблем [Хабермас, 2003]. Якщо вдається до термінології теорії ігор, то в соціальних комунікаціях повинні бути зведені до мінімуму антагоністичні стратегії, або ігри з нульовою сумою, коли один виграє стільки, скільки програє інший [Рубин и др., 2001]. Передбачається, що конструювання спільного соціального проекту, незважаючи на різноманітність можливих точок зору, повинно бути орієнтоване на досягнення спільного дискурсу (і його збереження при постійному оновленні в Дусі Августина – «в головному єдність, в деталях різноманітність, в усьому любов») як основного фактора солідарності і стабільності груп і суспільства в цілому.

### *Інформаційний супровід технологій соціального проектування*

В інформаційну епоху стрімко розвиваються методи управління суспільством, що мають на увазі інформаційний супровід технологій соціального проектування на всіх етапах їх реалізації [Анохин, 2000; Петров, 2007; Соловьев, 2009]. Наприклад, конструювання потреб споживача, яке є одним з двигунів сучасної економіки, передбачає широке використання гуманітарних і комунікаційних технологій (маркетинг, брендинг, піар, реклама і т.д.) [Энджел та ін., 2000].

В умовах постіндустріального суспільства стає все більше суб'єктів соціального управління, що прагнуть відстоювати свої інтереси. Легітимність громадських порядків і інститутів стає все залежнішою від процедур обґрунтування і аргументації, пов'язаних з комунікативними практиками. У такому суспільстві на перший план виходять комунікативні методи управління, які передбачають перехід до самоорганізації суб'єктів суспільства на основі спільно конструйованого соціетального дискурсу.

Претензії на універсальність і винятковість пропонованого дискурсу відкидають можливість взаємодії суб'єктів комунікації, змушених спиратися

тільки на один з наявних дискурсів. Гомогенізація культурного контексту, в рамках якого функціонує соціетальний дискурс, веде до обмеження потенціалу суспільства за рішенням викликів історії. Готовність до розуміння інших точок зору дозволяє поглибити наявні знання і веде до синергетичної комунікації, до оновлення власного і конструювання складноорганізованого інтеграційного дискурсу.

Перехід до інформаційного суспільства багато в чому пов'язується з породженням інтерактивних інформаційно-комунікативних середовищ, що дозволяють трансформувати соціетальні дискурси [Лепский, 2010]. Досягнення в області нових технологій, на яких ґрунтується функціонування інформаційного суспільства, багато в чому змінили характер соціальних комунікацій. В інформаційному суспільстві телебачення, відео, комп'ютери, мас-медіа, електронні мережі утворюють віртуальні простори, в яких людина черпає нові інформаційні ресурси та смисли, впізнає себе і оточуючих людей [Астафьева ...]. У мозаїчній культурі, як відзначав А.Моль, «знання формуються в основному не системою освіти, а засобами масової комунікації» [Моль, 2008]. Інформаційний простір (глобальний гіпертекст) стає основним джерелом інформації про навколишній світ, історію, світоглядні проблеми і основним полем діяльності людини (в силу її інтелектуалізації).

Для багатьох суб'єктів сформована за допомогою технічних засобів віртуальна реальність з інструменту і каналу отримання інформації стає середовищем перебування, значимість якої постійно зростає і яка намагається здаватися більш реальною, ніж середовище життєдіяльності. Це призводить до того, що традиційний дискурс, культивований в суспільстві, втрачає свої привабливість і переконливість, а інформація впливає більш безпосередньо і сильніше, ніж сама реальність. Створюється ґрунт для імітаційних технологій віртуальної реальності, коли штучно створені образи стають важливішими за людей, їхні стосунки, вчинки, і соціальні конфлікти

починають виникати не з приводу життєвих ресурсів, а через символічні конструкції («демократія», «європейський вибір», «загальнолюдські цінності », « права людини », « свобода »), не прив'язані до конкретних історичних умов. За допомогою цих технологій стає можливим централізовано керувати соціальними процесами і програмувати як суспільну, так і індивідуальну свідомість. Громадське життя замінюється віртуальним мережевим соціумом, який представляє собою спільність індивідуальних суб'єктів без території, без ієрархічної структури і традиційної культури. Комунікації всередині цієї мережі залежні від прихованого суб'єкта управління, який, використовуючи технологічні можливості, може контролювати процеси конструювання дискурсу мережі.

Транслюючи привабливу картину життя якогось суспільства, можна впливати на індивідуальних суб'єктів інших товариств, яким доступна ця інформація [Никитин, Чудновский, 2011]. Реалії життя в багатьох країнах цілком розходяться із завищеними запитами і очікуваннями молодих людей, сформованих ЗМІ і «маскультурою» на основі зразків інших країн, викликаючи найчастіше нездійсненні соціальні амбіції і підриваючи основи існуючого в конкретному суспільстві порядку [Запесоцкий, 2013]. Привабливість стилю життя перетворилася на провідний параметр оцінювання економічної та політичної культури, що сприяє зростанню ролі ментальних технологій. Саме область конструювання смислів і цілей життєдіяльності стає ареною суперництва для ряду центрів сили сучасного світу. Комунікативні мережі цілком можуть ставати (і стають, як показує «арабська весна») інструментом соціальної взаємодії суб'єктів суспільства, утворюючи реально існуючі структури, здатні змінювати існуючий соціальний порядок. Домінування нових технологій в «технотронному суспільстві» дає, на думку З. Бжезинського, нові можливості для дезінтеграції досить стійких суспільно-ідеологічних систем [Бжезинский, 2009].

Тотальна технологізація побуту, мережеві комунікації, віртуалізація соціокультурного простору змінюють перспективи творчої самореалізації людини, канали передачі соціокультурного досвіду, способи відтворення соціумів. Фундаментальним чинником модернізації суспільств на основі пропонованих соціальних проектів стають комунікативно-інформаційні технології, спрямовані на програмування соціетального дискурсу, що задає легітимність існуючого порядку, моделі комунікацій його політичних суб'єктів, можливі способи поновлення дискурсу.

### *Технології інформаційного впливу*

У будь-якому суспільстві відбувається конфлікт інтересів політичних суб'єктів, коли кожен з них пропонує свій дискурс як основоположний з метою зміни суспільної, групової та індивідуальної свідомості. У процесі інтелектуального протистояння суб'єктів (яке в крайній формі протистояння позначають як інформаційні війни) йде боротьба за уми. Це суперництво велось задовго до появи інтернету і має тисячолітню історію [Почепцов, 2001a; Сунь-Цзы, У-Цзы, 2002]. Сучасні інформаційні технології на новій технічній базі перевели це протистояння на якісно інший рівень інтенсивності, масштабності та ефективності.

Технології інформаційного впливу дозволяють створювати механізми інформаційного впливу, які представляють собою діяльність по виробництву інформації (знакових текстів), конструювання соціального контексту і програмування дискурсу споживача інформації. У широкому плані технології інформаційного впливу представлені виробничими, соціальними та ментальними технологіями, кожна з яких є розгортанням цих технологій на іншому рівні організації, що призводить до їх конвергенції.

Створення знакового тексту інформації можна розглядати як виробничу технологію. Конструювання змісту інформації відбувається

шляхом задавання позиції автора, що є умовою комунікації зі споживачем інформації і тому постає частиною соціальної технології. Цілі, закладені автором в знаковий текст і визначають логіку його організації, дозволяють розглядати текст як інструмент впливу на дискурс споживача, тобто створення тексту в той же час є ментальною технологією.

Поява складноорганізованих текстів інформації (метатексту) передбачає наявність соціальних структур, що створюють ці тексти і поширюють необхідний дискурс. Можна простежити ускладнення організації цих структур, коли окремі ЗМІ замінюються інформаційними холдингами, доповнюючи «незалежними» аналітичними структурами (включаючи неурядові та некомерційні організації), які просувають той самий дискурс. Організація соціальних структур суспільства є соціальною і в той же час ментальною технологією, оскільки життєдіяльність індивідуального суб'єкта в сконструйованих соціальних умовах дозволяє йому реконструювати соціетальний дискурс суспільства.

Створення інформаційного простору (гіпертексту), в який занурений споживач, передбачає можливість керування цим простором з боку суб'єкта впливу. В інформаційну епоху соціальні структури, які просувають його дискурс, трансформуються в соціальні мережі, управління якими з боку суб'єкта впливу відбувається в завуальованій формі, оскільки технічне, технологічне та фінансове забезпечення функціонування цих мереж не рефлексується учасниками цих мереж як одна з форм управління. Соціальна мережа в інтернеті, по суті, являє собою інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, призначений для колективного спілкування та наповнення змістом самими учасниками мережі. Структура і зовнішній вигляд контенту соціальних мереж визначаються творцями/власниками сайту. Вони визначають також канали спілкування між користувачами. Такими каналами виступають сервіси внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями. Попри наявність деяких відмінностей між різними

соціальними мережами, основні комунікативні функції і принципи структурування контенту в них практично повністю збігаються. Наприклад, практично всі соціальні мережі дозволяють користувачеві розмістити свої біографічні дані, свою фотографію і т.п. [Быков, 2010].

Технології інформаційного впливу можуть бути розглянуті як діяльність з конструювання механізмів інформаційного впливу. Відповідно до запропонованої схеми механізмів інформаційного впливу (конструювання інформації, створення соціального контексту, програмування дискурсу – див. табл. 4.3.1) виділено такі типи технологій інформаційного впливу:

- виробничі (конструювання інформаційних текстів);
- соціальні (конструювання соціальних структур, що створюють і поширюють інформацію, і групового суб'єкта ситуації комунікації);
- ментальні (діяльність з програмування соціетального дискурсу, яка здійснюється в різних сферах його функціонування: життєдіяльності суспільства, простору соціальних комунікацій, самоорганізації соціетального дискурсу).

Залежно від масштабу завдань, що стоять перед суб'єктом впливу, технології можуть бути розглянуті як текст, що розгортається: є задум і якась відповідна йому структура діяльності, яка по ходу процесу може обростати новими деталями. Використання одиничного інформаційного повідомлення, з урахуванням того, що структура дискурсу споживача інформації перебуває в динамічній рівновазі, зазвичай призводить до її підпорогових змін, які споживачі не завжди відображають. У разі, коли подання до якоїсь області знань не сформовані, інформація, що надходить першою, призводить до форматування семантичного простору споживача.

Створення метатексту як універсальної технології інформаційної кампанії має на увазі управління інформаційними потоками: функціонування грамотно вибудованих організаційних польових структур,



чітко і вчасно підтримуючих смислові інформаційні хвилі, які відтворюють ідеологію суб'єкта впливу, відповідно до виробленої стратегії кампанії. У зв'язку з постійно змінними обставинами в цю стратегію вносяться корективи. Залежно від конкретної ситуації і наявності різних підгруп цільової аудиторії ці стратегії (відповідно, і технології) можуть бути дуже різними, містити неосяжне різноманіття форм і безліч шляхів реалізації [Омский, 2006].

Інформаційна кампанія зі зміни дискурсу суспільства має на увазі не лише створення інформаційних потоків, а й зміну системи відтворення традиційного соціетального дискурсу. Ці перетворення включають в себе зміну соціальної структури соціуму і звичних форм життєдіяльності суб'єктів суспільства, появу в просторі соціальних комунікацій носіїв нового дискурсу, які починають домінувати в ньому, транслюючи переваги використання нового дискурсу в порівнянні з традиційним.

Концептуальні механізми інформаційного впливу постійні («вічні»), але, в зв'язку з технічним вдосконаленням носіїв інформації, ускладненням організації суспільства, змінами якості соціетального дискурсу, технології просування дискурсу постійно ускладнюються відповідно до технічних та соціальних перетворень. Можливості нових технічних носіїв інформації, які виступають і засобами комунікації, і простором життєдіяльності їхніх власників, породжують нові технології конструювання інформаційного контенту, його поширення та засвоєння. Інформаційні технології стають будівельними блоками, а в деяких сенсах і фундаментом «соціального конструювання реальності» [Дэвис, 2008]. Вони являють собою не просто нейтральний «інструмент» у руках суб'єктів, але і спосіб вдосконалення організації спільнот за допомогою дискурсу комунікації, закладеного в організацію технологій.

Провідною тенденцією розвитку сучасного суспільства є інтеграція новітніх масових інформаційних і комунікаційних технологій з існуючою

соціальною системою [Иноземцев, 2000; Кастельс, 2000; Тоффлер, 2004]. На даний час в світі існує глобальний інформаційний простір, територіально різномірний, багатосаровий, безмежний. Конструюється він у першу чергу зусиллями тих країн, які володіють високими технологіями і практично перейшли до постіндустріальної фази розвитку суспільства з усіма притаманними для неї ознаками інформаційної цивілізації. Для територій зі слаборозвиненою системою комунікацій на порядку денному стоїть створення умов для конструювання сучасних структур інформаційно-комунікативного простору, щоб доступ до використання глобальних мережевих ресурсів і телекомунікаційних систем не призвів ці суспільства до втрати самобутності і унікальності власного шляху розвитку. Удосконалення інформаційно-комп'ютерних технологій створює можливості соціально-економічної, політичної та духовно-культурної сегрегації, при якій в найбільш розвинених інформаційних суспільствах може сконцентруватися вся або майже вся інтелектуальна індустрія, що виробляє основні культурні та соціально-гуманітарні потреби [Ракитов, 1991]. Решта країн світу ризикують перетворитися на споживача інформаційних технологій і створеної на їх основі інформаційної продукції, яка транслює дискурси тільки окремих товариств. Інформаційна нерівність між країнами стає вирішальним фактором, що визначає можливості їх конкуренції [Нартов, 2014].

Нові інформаційні технології призводять до того, що віртуальність стає для величезних мас людей реальніше дійсності. З одного боку, це дійсно відкриває широкі перспективи розвитку людини, що усвідомлює множинність реальностей і свою включеність в них. З іншого боку, формована за допомогою технічних засобів віртуальна реальність стає керованою соціальним середовищем, підпорядкованою цілям і можливостям її конструкторів. Якщо раніше приватне життя було заповідною територією, то зараз безліч людей практично постійно знаходяться в онлайні, по суті, ведучи нескінченне пряме мовлення про свою життєдіяльність. Соціальний

контроль замінюється диктатом технологій і закладених в них дискурсів. Панування в сфері високих інформаційних технологій має на увазі технологічну залежність і підпорядкованість будь-якого потенційного противника. Сучасні технології виявляються більш ніж просто технічним засобом доставки інформації, вони одночасно є інструментом впливу. Відомий вислів «хто володіє інформацією, той володіє світом» в епоху конструювання віртуальної і соціальної реальності впору замінити іншим – «хто володіє інформаційними технологіями, той керує світом».

## **6.2. Приклади використання технологій інформаційного впливу**

Технології інформаційного впливу розглядаються як діяльність з конструювання механізмів інформаційного впливу. Відповідно до існуючих механізмів виділені три типи цих технологій: виробничі (створення інформації), соціальні (конструювання контексту ситуації комунікації), ментальні (програмування дискурсу споживача інформації). Суб'єкт впливу, застосовуючи ці технології, які розгортаються в різних вимірах життєвого світу споживача інформації, забезпечує реалізацію власних цілей – просування дискурсу.

Розглянемо використання технологій інформаційного впливу для просування стороннього дискурсу як нормативного соціетального дискурсу. Перші три технології дозволяють конструювати контекст ситуації комунікації, яка передбачає отримання суб'єктом інформації, що містить фрагменти чужорідного дискурсу:

1. Конструювання інформації та інформаційних потоків, що просувають чужорідний дискурс.
2. Утворення структур, що створюють і поширюють інформацію, яка містить чужорідний дискурс: ЗМІ, аналітичні центри, соціальні мережі.

3. Створення контексту ситуації комунікації: конструювання інформаційного простору споживачів інформації, в якому циркулює інформація з чужорідним дискурсом.

Інші три технології інформаційного впливу мають на увазі управління процесами конструювання соціетального дискурсу, що дає можливість використовувати при цьому фрагменти чужорідного дискурсу. Існують три способи (ре)конструювання суспільством соціетального дискурсу: організація життєдіяльності соціуму, циркуляції дискурсів простору соціальних комунікацій, самоорганізації соціетального дискурсу в часі (його поновлення).

4. Організація життєдіяльності соціуму відповідно до стороннього дискурсу.

Життєдіяльність суспільства протікає відповідно до соціетального дискурсу, коли задається соціальна структура соціуму, що передбачає як безліч груп і інститутів, так і можливість споживача брати участь в соціальних практиках цих організацій. Зміна соціальної структури соціуму і звичних форм життєдіяльності суб'єктів суспільства відповідно до моделей іншого суспільства призводить до засвоєння фрагментів стороннього дискурсу як повсякденної соціальної практики свого суспільства.

5. Організація простору соціальних комунікацій, що включає носіїв стороннього дискурсу.

Це простір розгортається в трьох таких сферах, як: міжособистісні комунікації суб'єктів суспільства, інформаційний простір групових суб'єктів суспільства, простір інституційних комунікацій, в якому суб'єкти, виконуючи в соціальних структурах деякі ролі, діють як представники нормативного дискурсу соціуму. Для індивідуального суб'єкта значимість цих сфер, в яких транслуються дискурси інших суб'єктів, може бути різною. Тому важливо, щоб в кожній з цих сфер були присутні носії стороннього дискурсу. По можливості в найближчому оточенні індивідуальних суб'єктів,

в просторі їх міжособистісних комунікацій повинні бути присутніми суб'єкти – носії стороннього дискурсу. Управління інформаційним простором соціуму дає можливість регулювати проникнення інформації, що містить фрагменти чужорідного дискурсу. Інформація ЗМІ сприймається індивідуальними суб'єктами як дискурс однієї з політичних сил суспільства або як соціетальний дискурс, в залежності від структурованості інформаційного простору і політичних пристрастей цих суб'єктів. Включеність суб'єкта в життєдіяльність суспільства, різноманітність соціальних практик зумовлюють значимість для суб'єкта простору інституційних комунікацій. Рядові учасники соціальних структур зазвичай орієнтуються на погляди більш статусних співробітників, сприймаючи їх як представників нормативного дискурсу соціуму. Якщо публічні особи, громадські авторитети, еліти дотримуються стороннього дискурсу, завдання просування цього дискурсу полегшується. Багато громадян, сприймаючи позицію вищеназваних осіб, будуть орієнтуватися на трансльований ними дискурс як на дискурс, який заслуговує на увагу.

6. Управління самоорганізацією соціетального дискурсу, яке передбачає рішення про включення до його складу фрагментів стороннього дискурсу.

Відтворення суспільством соціетального дискурсу в ході самоорганізації його структур здійснюється наступним чином. Система освіти сприяє конструюванню у індивідуальних суб'єктів нормативного соціетального дискурсу, який проходить перевірку на якість і коригується в ході життєдіяльності суб'єктів і їх комунікацій. Удосконалення дискурсу забезпечується соціальними інститутами, які задають критерії якості дискурсу. У сучасному суспільстві цю функцію виконує наука як частина системи управління. Наукові інститути здійснюють організацію рефлексивних процесів, що дозволяють реконструювати історичний шлях суспільства і спрогнозувати напрям його еволюційного розвитку в нових

умовах. Вони конструюють моделі майбутнього, що задають смисли і цілі життєдіяльності суб'єктів суспільства. Привабливість цих моделей можливостями самореалізації індивідуальних суб'єктів і процвітання соціуму сприяє їх прийняттю, а їх якість перевіряється в ході подальшої життєдіяльності суспільства.

Впровадження стороннього дискурсу в систему відтворення соціетального дискурсу передбачає його заміну на всіх стадіях відтворення. Система освіти перебудовується за іншим зразком, змінюючи зміст навчальних програм відповідно до нових вимог стороннього дискурсу, готуючи фахівців, які мало затребувані в своїй країні і в будь-який момент готові емігрувати в пошуках кращого життя. Звична життєдіяльність суспільства руйнується, в просторі соціальних комунікацій традиційний соціетальний дискурс піддається дискредитації, тоді як організація життєдіяльності інших товариств і переваги стороннього дискурсу, вирвані з історичного контексту, звеличуються. Система науки вписується в організацію науки іншого суспільства, переходячи на його стандарти. Усвідомлення недоліків власного соціетального дискурсу призводить до абсолютизації стороннього дискурсу, до переконання, що в його рамках пропонується досконалий устрій суспільства, якому немає альтернатив.

Запропоновані технології інформаційного впливу дозволяють замість традиційного соціетального дискурсу конструювати чужорідний дискурс як нормативний дискурс суспільства. В результаті інформаційного впливу в суспільстві з'являється багато прихильників стороннього дискурсу, які готові відмовитися від традиційного соціетального дискурсу. Підрастаюче покоління, відтворюючи чужорідний дискурс як нормативний, стає не тільки носієм, але і ретранслятором нового дискурсу соціуму. Разом з тим виникає питання про якість запропонованого дискурсу: наскільки дискурс ефективний в одних історичних умовах, виявиться таким же ефективним для суспільства з іншими природними умовами, зі своєю історією і

ментальністю. Чи зможе суспільство, засноване у відповідності з чужорідним дискурсом, досягти процвітання, забезпечити можливості самореалізації для багатьох індивідуальних суб'єктів? Або це можливо тільки для обраних? Можливо, стратегія інкорпорації фрагментів стороннього дискурсу в соціетальний дискурс виглядає більш привабливо. Але чи будуть сумісними ці дискурси? Чи не призведе впровадження конструктів стороннього дискурсу до подальших перетворень традиційного дискурсу, коли процес заміни одного дискурсу іншим тільки розтягнеться в часі?

Для науки існує можливість проявити свій потенціал, пропонуючи рішення проблеми. Якщо, звичайно, життя не внесе корективи в прогнози, доводячи конкурентоспроможність або нежиттєздатність таких товариств. Цілком можливо, що в кожному конкретному випадку рішення проблеми індивідуально, але зумовлено цілями авторів спільного дискурсу.

У загальному випадку просування дискурсу передбачає застосування наступних технологій інформаційного впливу.

### ***Технології конструювання контексту ситуації комунікації***

Спочатку наведемо технології конструювання контексту ситуації комунікації, пов'язаної з отриманням інформації. Почнемо з технологій створення структур (суб'єкта, групового суб'єкта), які конструюють інформацію і організовують контекст комунікації. Цей контекст задається ситуацією зустрічі споживачів з інформацією, яка відбувається в рамках їх інформаційного простору.

*Утворення соціальних структур, що створюють і поширюють інформацію, що містить дискурс суб'єкта впливу*

Одним з конструктивних елементів будь-якого суспільства є індивідуальні суб'єкти. Кінцева мета інформаційного впливу якраз і полягає в тому, щоб індивідуальний суб'єкт, переконаний в «правильності»

дискурсу, організовував свою життєдіяльність відповідно до цього дискурсу, тим самим поширюючи його. Крім міжособистісних комунікацій, індивідуальні суб'єкти можуть просувати дискурс, будучи співробітниками ЗМІ, а також в рамках виконання соціальної ролі, впливаючи на конструювання дискурсу групових суб'єктів. У своїй книзі «Продажні журналісти» публіцист Удо Ульфкотте розповів, що видання «Frankfurter Allgemeine», в якому він пропрацював 17 років, «обслуговувало» інтереси Вашингтона, маніпулюючи своєю аудиторією на догоду США [Ульфкотте, 2015]. Багато коментаторів і колумністи (автори рубрик) в центральних німецьких ЗМІ є членами проамериканських трансатлантичних організацій, таких як Тристороння комісія, Аспенський інститут, Німецький фонд Маршалла (штаб-квартира в США) і безлічі інших. Удо Ульфкотте заявив, що новинні блоки телебачення і провідних газет і журналів, що формують громадську думку на Заході, маніпулюються і спотворюються на догоду США і закулісних світових структур. Для цього використовуються провідні, респектабельні журналісти, які фабрикують новини, угодні їх кураторам з спецслужб. Не завжди мова йде про вербування або спроби прямої агітації, можливий вплив і поволі. Виділяються стипендії та гранти (безоплатні грошові допомоги), організовуються конкурси, стажування, семінари, програми навчання, вручаються премії та нагороди, таким чином поступово прищеплюються цінності і цілі, формується лояльність до дискурсу цих країн [Партия ..., 2013]. Підгодовувати конкретних журналістів і редакторів, наприклад, російських журналістів Прибалтики, обходиться «західним партнерам» набагато дешевше, ніж купувати і утримувати місцеві телерадіоканали і газети [Алексеев, 2015]. В Україні співробітники USAID, використовуючи партнерську неурядову організацію з Нідерландів – Європейський центр журналістики (European Journalism Centre), активно просували проект «MediaNet». Цей проект, що передбачає об'єднання незалежних українських журналістів, редакторів електронних ЗМІ, блогерів,



активних учасників соціальних мереж, представників громадських організацій та молодіжних лідерів в єдину мережу, дозволив здійснювати дуже ефективний непрямий вплив на політичні процеси в Україні [Партия ..., 2013]. Ознайомлення індивідуальних суб'єктів і просування ними привабливого дискурсу припускають програми залучення іноземних студентів до навчання в США (625 000 чол.) І збільшення кількості американських студентів (192 000 чол.), які навчаються за кордоном, розроблені державним департаментом спільно з провідними університетами [Панарин, 2006].

Технологічний процес створення інформації передбачає діяльність групових суб'єктів, об'єднаних в робочі колективи ЗМІ. Ці колективи можуть утворювати складноорганізовані структури (редакції газет, телеканали, інформаційні холдинги), в яких відбувається диференціація процесу просування дискурсу: одні створюють інформацію, інші її поширюють, треті визначають парадигму комунікації.

Ключову роль на сучасному медіаринку грають транснаціональні корпорації, по суті, вирішуючі, що буде експортовано медіакомпаніями на «ринок ідей». Домінуюче становище на світовому інформаційному ринку займають мегакомпанії, створені за типом вертикальної інтеграції: America Online – Time Warner, Walt Disney Co, Vivendi Universal Viacom, Bertelsmann, News Corporation та ін. За даними журналу «Fortune», перераховані вище компанії входять в список 500 провідних глобальних корпорацій світу. Групу менш великих, але теж досить впливових постачальників інформації складають Washington Post, Bloomberg, Reuters, BBC, New York Times, Dow Jones & Co та ін. [Орлова, 2003].

Просування дискурсу шляхом організації неформальних міжособистісних комунікацій і діяльності медіакомпаній доповнюється створенням структур, що регулюють потік циркулюючих в інформаційному просторі ідей і уявлень. Ці ідеї формують фон мислення елітних груп, які

здійснюють ідейно-політичний лобізм, в тому числі і в світовому масштабі. До цих структур належать центри, інститути, ради та асоціації дослідницько-аналітичного характеру, одна частина яких вбудована в державно-політичні механізми, а інша діє за їх рамками. У найбільш розвинених країнах існує група провідних «мозкових центрів», які є головними генераторами ідей для всього експертного співтовариства. Публікації американських аналітиків задають набір ідей, їх політичну орієнтацію, понятійний апарат, за допомогою якого осмислюються міжнародно-політичні реалії більшістю їхніх колег з інших країн. Аналітичні центри створюють систему координат, в якій розвиваються і позиції офіційних експертів, а також висловлюють думки, які не можуть бути сформульовані на урядовому рівні. Сформована глобальна система недержавних «мозкових трестів» є засобом забезпечення лідерства Заходу (насамперед США) і інструментом впливу провідних західних держав на процес просування необхідного їм дискурсу в інших країнах і міжнародних організаціях [Войтоловский, 2006].

Фінансові можливості західних країн дозволяють їм створювати безліч організацій, які претендують на вираження «громадських» інтересів, перебуваючи при цьому на утриманні у конкретних структур, зайнятих просуванням необхідного дискурсу. ЦРУ фінансувало сотні громадських організацій: викладачів, юристів, письменників, артистів, емігрантів і т. д. У самих же США вибудовано механізм, який дозволяє автоматично збирати матеріал про діяльність іноземних організацій на території країни [Крашенинникова, 2014]. При цьому організації, які декларують свою незалежність (неурядові організації – НУО, некомерційні – НКО), не тільки виробляють концепції, що сприяють просуванню дискурсу фінансуючих їх структур, а й прагнуть використовувати свою організацію для впровадження її в політичну практику. Amnesty International, Грінпіс, «Лікарі без кордонів», Human Rights Watch, Transparency International та інші подібні

організації мають подвійне призначення. Прикриваючись соціальними проектами, вони, по суті, є політичним інструментом просування дискурсу.

Поява інтернету, що становить основу нових інформаційно-комунікативних технологій, призвела до того, що для багатьох громадян він стає основним джерелом отримання інформації, сприяючи організації споживачів інформації в мережеві структури (Facebook, Twitter і YouTube та ін.). Соціальна мережа як колективний суб'єкт інтегрує процеси взаємодії з інформацією: в мережі інформація виробляється, поширюється, а також мережа відтворює дискурс всередині мережевих комунікацій як самоналагоджувальна, самосинхронізована система [Коровин, 2013]. У групах авторство дискурсу зумовлено організацією її структури. У мережах це авторство завуальовано наявністю прихованого суб'єкта управління, який контролює основні вузли мережі, здійснює її непряме фінансування і адміністрування, що забезпечується технологічними можливостями програмного забезпечення.

Інтернет та інформаційні технології дуже сильно змінили сприйняття реальності і ментальні процеси конструювання дискурсу. На основі контактів в мережі і отриманої інформації суб'єкт (ре)конструює віртуальний соціальний простір. Досить часто інформація являє собою короткі повідомлення розміром до 200 слів для Facebook і ще більш лаконічні повідомлення для Twitter [Восканян и др., 2014]. Повідомлення такого обсягу не дозволяють конструювати складноорганізовані ментальні конструкції, в результаті спостерігається спрощена модель соціуму, що охоплює мінімум дійових осіб і утрудняє розуміння причин неоднозначних процесів. До того ж соціальні мережі не призначені для зберігання інформації, що не дозволяє реконструювати історичну хронологію подій.

Як правило, мережа, як самоналаштована система, являє собою групу прихильників одного дискурсу, які об'єднані горизонтальними зв'язками. Опосередкованість комунікацій дозволяє створювати безліч фіктивних

мешканців соціальних мереж, штучно формуючи в них громадську думку. Для цього використовується програмне забезпечення для управління персональними акаунтами, що створює оточення, яким повинна володіти справжня людина в мережі: ім'я, адреса e-mail, веб-сторінки, активність в соціальних мережах і т.д. Програма автоматично генерує образ, який виглядає як справжній профайл, профіль якого фактично не дозволяє відрізнити віртуального робота від справжньої людини. Механізм створення фальшивих онлайн-особистостей, так званих «ботів», і «система контролю онлайн-особистості» дозволяють спеціальним службовцям управляти різними онлайн-особистостями (до 50 осіб) по всьому світу. За допомогою цієї системи можна нав'язувати і поширювати свої ідеї під виглядом одного з учасників мережі і маніпулювати ходом дискусій на інформаційних ресурсах, доводити ці дискусії до помилкової згоди, «спамити» небажані думки і міняти повідомлення, які не збігаються з інтересами замовника [Филдинг, Кобэйн, 2011].

Інформаційні соціальні мережі, дематеріалізуючи міжособистісні комунікації і контакти між громадянами та інститутами, розширюють можливості занурення учасників мережі в віртуальний світ, який може конструюватися за допомогою технологічних інновацій. Частина учасників мережі безпосередньо пов'язана з керуючими інститутами, частина – виникає «знизу», але далі вбудовується або використовується професійними «гравцями». Разом з тим маса пересічних учасників залучена в процес безкорисливо і ініціативно [Черемных и др., 2013]. Громадська думка і настрої в мережах формуються невеликою, досить локальною групою людей, що складають вузли мережі, але у кожного окремого користувача мережі створюється відчуття, що це саме він і є автор цієї думки, рушійна сила революційних змін в суспільстві. Побачивши однотайність серед інших учасників віртуальної спільноти у нього виникає певний настрої, заснований на тому, що його власні настрої, думки, оцінки – загальний

тренд. В результаті виникає ейфорія причетності і ілюзія солідарності між односторонніми [Другая холодная ..., 2014]. Як результат, соціальна активність, викликана інформаційними фантомними конструкціями, може призводити до тектонічних зрушень в суспільстві.

До структур, що створюють інформацію і просувають дискурс суб'єкта впливу, відносяться індивідуальні суб'єкти, групові суб'єкти – ЗМІ (різної організаційної складності), доповнені «незалежними» аналітичними структурами і громадськими організаціями, колективні суб'єкти – соціальні мережі. Технології інформаційного впливу доповнюються технологіями соціальної інженерії, що дозволяють здійснювати спільну діяльність соціальних суб'єктів.

*Конструювання інформації та інформаційних потоків, в яких містяться фрагменти і способи просування необхідного дискурсу*

Знаковий текст інформації становить одиницю («квант») комунікації. Ним можуть бути листівки, наклейки, газети, радіо- і телепередачі, sms-розсилки, сайти, блоги, масові акції і ін. Фрагмент дискурсу суб'єкта впливу, який розміщується в знаковому тексті інформації, являє собою частину картини світу суб'єкта в одній ролі або в декількох його соціальних ролях в рамках програми життєдіяльності, згорнутої до конкретної мети. Задавання смислів тексту дозволяє здійснити позиціонування автора: наприклад, якщо державні ЗМІ шукають сприятливий ракурс подачі інформації про життєдіяльність суспільства, то опозиція вишукує недоліки.

Задавання логіки організації тексту і його частин дозволяє забезпечити якість розумових процесів дискурсу. Споживач інформації, використовуючи логіку організації тексту, буде реконструювати смисли і цілі, закладені автором. Можуть застосовуватися технології як для знакового тексту (нейролінгвістичного програмування, бінарного мислення), так і для метатексту («вікна Овертон», «м'яка сила») [О'Коннор,

Сеймор, 1997; Най, 2006; Окно Овертона]. Споживач може йти за логікою тексту, переймаючи її; може не вловлювати її, не володіючи достатнім потенціалом власного дискурсу; може реконструювати не тільки закладені автором смисли, а й його цілі.

Знакові тексти суб'єкта впливу складають зміст інформаційних потоків (метатексту). Конструюється «текст у тексті», в зв'язку з цим створення інформаційного потоку може переслідувати свої цілі: підкреслити актуальність деякою інформацією; замаскувати невігідну інформацію на тлі іншого, коли замовчування стає невігідним; зайняти сегмент інформаційного простору. Контент інформаційних потоків дозволяє структурувати картини світу суб'єкта, припускаючи різні набори позицій суб'єкта, в різноманітних життєвих ситуаціях. Крім змісту інформації, фрагменти дискурсу автора також містяться в особливостях організації інформаційних потоків.

Поява соціальних мереж породила нові технології створення інформації, коли цільовим аудиторіям передається ряд функцій, що дозволяють комунікативним співтовариствам брати участь в створенні, наприклад, телепрограм і в коригуванні комунікативних стратегій. Відсутність можливості брати участь у наповненні контенту звужує потенційну аудиторію конкретного ЗМІ (ТБ каналу, сайту, порталу, радіо). Особливість сприйняття новинного контенту полягає в можливості не тільки отримувати інформацію, а й висловлювати свою думку про події, давати їм власну оцінку. Створення комунікативних спільнот, де немає жорстко закріплених ролей його учасників, допомагає рекрутувати нових прихильників телеканалів і web-сайтів. Зростанню відвідувань сприяє організація дискусій на сторінках видань в YouTube навколо освітлюваних подій. Подібна «взаємодоповнювальна модель» телевізійного і інтернетного споживання отримала у світовій практиці назву «second screen» (другий екран). Будучи найбільш яскравою характеристикою «нових медіа», другий

екран відіграє виняткову роль при перегляді телепрограм, які потребують подальшого обговорення з іншими телеглядачами. Рейтинги програм безпосередньо залежать від активності їх обговорення в соціальних мережах. Згідно з даними компанії Nielsen, 21% користувачів планшетів і 18% власників смартфонів стежать за обговореннями в блогосфері і соціальних мережах або безпосередньо в них беруть участь. Дослідження показують, що в 48% випадків зростання числа глядачів телепрограми збільшує кількість згадок про неї в соціальних мережах. У той же час зростання повідомлень про телепрограми, відповідно, веде до зростання аудиторії. Стратегії та засоби, які служать розвитку і поширенню комунікації, орієнтовані не тільки на консенсус, а й на проблематизацію консенсусу. Інтерактивність комунікативних стратегій, стимулююча громадські дискусії за допомогою інформаційних технологій, сприяє розширенню спектрів думок і формування поглиблених уявлень [Соломатин, 2014].

Як приклади технологій інформаційного впливу розглянемо способи просування дискурсу, які закладені в інформації при її створенні і спираються на різні парадигми комунікації: пропаганда, маніпуляція, пошук істини. Пропаганда спирається на суб'єкт-об'єктну парадигму комунікації, в рамках якої мається на увазі один автор спільного дискурсу. Використовувана інформація дозволяє легко реконструювати позицію автора, яка не приховується, тому що основна умова будь-якої пропаганди – це ясність і таке, що не допускає заперечень, твердження однозначної позиції, яка панує ідеї. Пропаганда цілком може спиратися на точні відомості і реальні факти, при цьому можуть використовуватися різні способи аргументації позиції автора. Досить часто термін «пропаганда» використовується в негативному контексті, хоча просування дискурсу зумовлено цілями автора, який вибирає підходящий для нього спосіб. Наприклад, у більшості людей пропаганда здорового способу життя не буде

викликати заперечень, а от виробники тютюнових виробів і алкоголю можуть зазнати збитків від проведення подібної інформаційної кампанії.

Фахівці в області комунікативних процесів, говорячи про необхідність і неминучість маніпулювання, посилаються на принцип Парето, згідно з яким при всьому різноманітті конкретних прийомів, форм і методів інформаційного впливу кожен з них можна звести до двох основних типів: пропаганди і маніпулювання. У всі часи проведення інформаційної політики спиралося в своїй практиці або на пропаганду, або на маніпулювання, або на синтез того й іншого [Дзялошинский...]. Маніпулятор декларує прихильність суб'єкт-суб'єктної парадигми впливу комунікації, підкреслюючи привабливість дискурсу, що просувається, і вигідність прийнятих на його основі рішень в найближчій перспективі. Під маркою об'єктивності ховається ставлення до іншого учасника комунікації як до об'єкта, коли не афішуються віддалені наслідки прийнятих рішень і довгострокові цілі суб'єкта [Грачев, 1998; Доценко, 1997; Кабаченко, 2000].

Пошук істини як спосіб просування дискурсу спирається на синергетичну парадигму комунікації, в рамках якої конструюється спільний дискурс, що включає дискурси всіх учасників комунікації. У конкретних умовах побудова спільного дискурсу обмежена часом ситуації комунікації, інтелектуальним потенціалом її учасників і умов, що змінюються. У кожен момент часу спільний дискурс недосконалий, і для просування доводиться обмежуватися якимось його наближенням, яке базується на дискурсі одного або декількох учасників комунікації. З боку інших учасників комунікації це може викликати звинувачення в заангажованості подачі інформації і в маніпулюванні.

Потенційно будь-яка інформація (як артикуляція фрагмента дискурсу) може бути розглянута як пропаганда (репрезентація частини картини світу автора), маніпуляція (в тексті міститься імпліцитно позиція автора, яка може відрізнитися від позиції споживача), пошук істини (інформація є частиною



комунікації, в ході якої конструюється спільний дискурс). «Об'єктивність» інформації досягається не відповідністю одному з дискурсів, визнаних частиною спільноти універсальним, а співучастю зацікавлених осіб у створенні інформації та представленістю в ній безлічі точок зору, прозорістю щодо джерел і способів отримання інформації, відкритістю власного фінансування і історії [Кастельс, 2014].

Технології створення інформації і інформаційних потоків, в яких містяться фрагменти і способи просування необхідного дискурсу, є технологіями створення інформаційних текстів. Ці технології включають конструювання одиниць тексту, позиціонування автора, що задає сенс цих одиниць, задавання логіки організації тексту відповідно до цілей суб'єкта впливу.

*Створення інформаційного простору соціуму, в який занурений споживач інформації в ситуації комунікації*

Споживач інформації включений в інформаційний простір свого суспільства, дискурс якого він засвоює в ході соціалізації, відтворює в ході життєдіяльності і коригує в комунікаціях. Суб'єкт впливу конструює інформаційний простір, який може розумітися як фізична територія суб'єктів, які транслюють інформацію, як соціальний простір комунікацій суб'єктів, як дискурсивний простір суспільства. Завдання суб'єктів впливу, що просувають необхідний дискурс, – потрапити в коло осіб, які транслюють привабливу для споживача інформацію, яка спирається на семантику його дискурсу, доступна йому для розуміння і висловлює його інтереси.

В умовах створення єдиного загальносвітового інформаційного простору в XXI ст. розгортається геостратегічна інформаційно-психологічна боротьба між провідними світовими державами за домінування в інформаційному середовищі, яка буде загострюватися в період криз [Бжезинский, 2005; Политическое измерение ..., 2012]. У розвинених

країнах функціонують інформаційні структури, афілійовані з державою, які просувають дискурс свого суспільства не тільки в рамках країни, а й на міжнародній арені.

На державному рівні в США в 1953 р. було створено інформаційне агентство Сполучених Штатів (ЮСІА), яке функціонувало в якості самостійного федерального агентства у складі виконавчої гілки влади. Його завдання полягало в роз'ясненні і пропаганді політики США серед громадськості іноземних держав. Штат співробітників агентства в штаб-квартирі у Вашингтоні налічував понад 4200 чоловік. Ще кілька тисяч співробітників перебували в 142 країнах світу [Михайлов, 2004; Панарин, 2006]. У 1999 р. ЮСІА формально була закрита, а її функції передані зовнішньополітичному відомству – державному департаменту США. Але ця реформа носила чисто косметичний характер, оскільки інформаційна робота ведеться відповідними підрозділами державного департаменту, де цими питаннями займаються 2700 співробітників [Самофалов, 2010]. До цього залучаються й інші міністерства і відомства, державні теле- та радіокомпанії, представники науки, ділових, гуманітарних, суспільних, спортивних і релігійних організацій. Зокрема, в Пентагоні питаннями інформаційного впливу за кордоном займаються понад 27 000 спеціалістів. Служба зарубіжного мовлення має статус незалежного федерального агентства і 175-мільйонну 75-мовну щотижневу аудиторію. До її складу входять компанія American Embassy Television Network і студія «Фільмсервіс», телерадіостанція «Голос Америки», радіо «Свобода / Вільна Європа / Вільний Афганістан», телерадіокомпанія «Радіо Марті», «Радіо Сава», телеканал «Аль-Хуррем», «Радіо Фарда» і радіостанція «Вільна Азія» [Панарин, 2006].

У Росії під патронажем держави створена потужна інформаційна структура, витрати якої в 2010 р. перевищили 1 млрд. дол. До її складу входять:

- телекомпанія Russia Today, що охоплює супутниковим мовленням практично всі континенти, її програми доступні в мережах кабельного телебачення в США і більшості країн Європи. Компанія цілодобово поширює англійською мовою інформацію про зовнішню і внутрішню політику РФ, аналітичні матеріали, інтерв'ю та коментарі на різноманітні теми з життя країни. У ній працює понад 700 фахівців, з них 10% – іноземні журналісти. До її складу також входять арабомовний телеканал Russia al-Yaum і іспаномовний телеканал Russia Hoy;

– радіостанція «Голос Росії», яка веде щоденне 150-годинне мовлення на 160 країн на 38 мовах;

– англomовні журнали «Russia Profile» і «Russia!», які разом з запуском каналу Russia Today почало видавати інформагентство «Новости» [Самофалов, 2010].

Державні ЗМІ Китаю розмістили понад 400 своїх кореспондентів в 117 зарубіжних корпунктів, а до 2020 р. планують розширити цю мережу до 180 інформбюро. Міжнародне медіапросування Китаю, крім телеканалів англійською, арабською, іспанською та російською мовами, включає в себе вихід китайських газет і журналів в англomовних версіях, рекламу країни на провідних світових медіаканалах. Телевізійний канал CCTV-9, прагнучи конкурувати з транснаціональним каналом CNN, транслюється по всьому світу англійською мовою. У центрі Нью-Йорка інформаційне агентство «Сінхуа» організувало цілодобову телевізійну службу новин англійською мовою і має намір конкурувати з CNN і BBC, щоб «висвітлювати події в Китаї і світі для світової аудиторії під китайським кутом зору». У лютому 2012 р. у Нью-Йорку почали своє мовлення нові телеканали: три англomовні і один іспаномовний. Для широкого кола зарубіжних читачів призначені журнали, що видаються мовами різних країн, наприклад, англійською – «China Daily», «China today». У дев'яти найбільших містах США щодня виходить англomовна газета «Китай сьогодні» [Самофалов, 2012].

Участь держави в процесах формування інформаційного суспільства зумовлена тим, що воно є структурою, яка організовує життєдіяльність суспільства у всіх сферах, а також одним з авторів соціетального дискурсу соціуму. Політичні суб'єкти усвідомлюють комунікаційну структуру суспільства як стратегічно важливий ресурс, вони намагаються контролювати суб'єктів інформаційного простору, можливості ефективного донесення інформації, циркулюючих в цьому просторі ідей (дискурси), задаючи способи управління інформаційним простором [Грачев, 2004; Панарин, 2003а].

Розгляд інформаційного простору як простору суб'єктів, які транслюють інформацію, дає розуміння цього простору як певної віртуальної території з чіткими кордонами, яка належить державі, є специфічним державним ресурсом і повинна бути захищена від можливих агресорів. Контроль над таким простором здійснюється директивними методами з єдиного центру, який пропонує «єдино правильну» інформацію, що заповнює весь інформаційний простір. Альтернативні, «неправильні», «інакодумні» автори і їх тексти виключаються з інформаційного простору або їх доступ обмежується.

В інформаційному просторі, що розуміється як соціальний простір суб'єктів, що поширюють інформацію, передбачається встановлення правил функціонування цього простору. Ці правила регулюють можливість доступу носіїв дискурсів в інформаційний простір і статус цих носіїв. Практично у всіх країнах уряди видають телекомпаніям, друкованим виданням і радіостанціям ліцензії, регулюючи їх діяльність. Не дозволяється публікувати інформацію, яка може завдати шкоди безпеці країни, що визначають окремі політичні суб'єкти у владі.

У всьому світі держава регулює і контролює інформаційну сферу. Наприклад, у Великій Британії є державна структура медіа-регулятор Ofcom, яка регулює роботу ЗМІ, може виносити їм попередження не за

поширення явної брехні або підтасовок фактів, не за образи або наклеп, а за порушення «стандартів неупередженості» [Стариков, 2014]. У своєму твіттері Ofcom (<https://twitter.com/Ofcom>) так прямо і пише, що «дивиться» за телекомунікаціями, телебаченням, радіо і поштової індустрією («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 »). ЗМІ повинні транслювати інформацію відповідно до певних правил і стандартів «британського кодексу мовлення», що, безумовно, обмежує безмежну «свободу слова».

У США вибудована ефективна система управління інформаційним простором [Орлова, 2003]. По-перше, ЗМІ, перш за все телебачення, в значній мірі монополізовані, тобто немає потреби контролювати сотні тисяч газет, студій, телеканалів та інтернет-ресурсів, тому що всі вони так чи інакше вбудовані в кілька великих холдингів, а саме Time Warner, News Corporation, The Walt Disney Company, Viacom/CBS Corporation і Comcast/NBCUniversal. Ці корпорації глобальні, вони контролюють медіапростір не тільки США, але і всього Заходу в цілому. П'ятірка цих гігантів контролює в сукупності більше 90% медіаринку США – від книжкових видавництв до Голлівуду, якому належить важлива роль у формуванні «правильної картини світу». Монопольне володіння генераторами інформації в «демократичних» суспільствах цілком замінює колишні недемократичні методи управління. По-друге, найбільші медіа-корпорації безпосередньо афілійовані з державною владою. Відповідно, медіа-корпорації формують ті уявлення про дійсність, які вигідні владі, тому що вони і є влада. По-третє, великі медіа-корпорації скріплені з Білим домом родинними, сімейними узами. Навіть суперництво між демократами і республіканцями носить виключно імітаційний характер, «альтернативні» точки зору формуються тими самими корпораціями. Втім, традиційна карально-заборонна цензура в США існувала завжди, існує вона і сьогодні: за 2014 року було 1,4 тис. вимог видалити «антиамериканський» контент на

YouTube, двох туристів з Великої Британії не впустили в США після того, як вони пожартували в Твіттері, що збираються зруйнувати Америку [Кунгуров, 2013].

У соціальному вимірі технології управління інформаційним простором дозволяють впливати на значимість інформації для її споживачів, забезпечуючи можливість для необхідної інформації зайняти значний сегмент інформаційного простору і залучаючи до поширення інформації впливових суб'єктів. Організовані зміни інформаційного середовища є своєрідною інформаційною зброєю, яка, зокрема, активно використовується в політичній боротьбі [Литвиненко, 2003; Почепцов, 2001a]. Заповідь успішних інформаційних кампаній свідчить: для максимального використання ефекту потрібно створити всі сприятливі умови для тиражування матеріалу [Омский, 2006]. Частка непродубльованого повідомлення в інформаційному просторі мала, його вплив мінімальний. Засоби масової комунікації можуть маніпулювати громадською думкою за рахунок надання слова меншості замість більшостей [Ноэль-Нойман, 1996].

До числа технологій управління інформаційним простором входять і технології його фільтрації. Їх суть полягає в обмеженні доступу аудиторії до інформації, порушенні роботи інформаційного апарату конкурента. У виборчих кампаніях використання цих заходів трансформується в роботу по збору і знищенню наочної агітації конкурентів, порушення їх циклів виробництва і поширення інформації. Створюються перешкоди появи інформації про якісь теми і явища, що можливо лише при повному контролі над джерелами інформації. З боку аудиторії технологія проявляється в повному зникненні деякої інформації, тієї чи іншої актуальної теми з інформаційного поля або певного дискурсу [Дзялошинский, 2006].

Домінування в світовому інформаційному просторі (близько 70% всіх засобів масової комунікації в світі – американські) дозволяє окремим суб'єктам з допомогою інформаційних маніпуляцій здійснювати керовані

кризи, наприклад, фінансових ринків [Политическое измерение ..., 2012]. Панування в інформаційній сфері, що забезпечується постійним вдосконаленням інформаційної інфраструктури та розширенням кореспондентської мережі по всьому світу, сприяє ефективному виконанню американськими і європейськими медіа-спільнотами своїх головних функцій – інформування про світові події і трансляції своїх ідеалів і цінностей на закордонні аудиторії [Гуменский, 2010].

Для того щоб підкреслити привабливість дискурсу, до його поширення залучають відомих людей, що володіють соціальним капіталом. Наприклад, американські стратеги розробили довгострокові програми культурного та інтелектуального впливу на еліти європейських країн в роки «холодної війни». Мета роботи над розумом і свідомістю інтелігенції була двоякою: по-перше, позбавити її марксизму і зробити «некомуністичною», по-друге, залучити до реалізації американських інтересів, до просування «демократичного» дискурсу [Сондерс, 2013]. За програмами публічної дипломатії, культурних і освітніх обмінів щороку Сполучені Штати відвідують понад 400 тис. провідних представників урядових, ділових та наукових кіл інших країн. Їх учасниками вже стали понад 300 президентів і прем'єр-міністрів, 1500 міністрів і 46 нобелівських лауреатів. Ці програми сприяють встановленню особистих контактів з візитерами, ознайомленню з американськими цінностями і способом життя, досвідом США у різних сферах діяльності, надаючи можливість використовувати отримані знання у своїй подальшій діяльності [Панарин, 2006].

Інформаційний простір, що розуміється як простір дискурсів, що функціонують в суспільстві, розглядається як ментальний простір носіїв дискурсу, в якому конструювання спільного дискурсу в ході самоорганізації суб'єктів суспільства зумовлено розумінням наявності дискурсу інших суб'єктів, визначенням значущості дискурсів, рефлексією якості пропонованих дискурсів. Значимість дискурсу визначається займаним

сегментом інформаційного простору і статусом носія дискурсу. Якість дискурсу задається кількома критеріями: відповідністю життєвій практиці суб'єктів, узгодженістю з дискурсами інших суб'єктів, внутрішньою логічністю дискурсу (під якою розуміється відповідність дискурсу критеріям, які сконструйовані в рамках цього дискурсу).

Управління інформаційним простором може забезпечуватися контролем над суб'єктами, що виробляють інформацію, обмежуючи допуск носіїв неугодного дискурсу. Це призводить до цензури, коли інформація, що представляє один дискурс, націлена на камуфлювання дійсності. Управління інформаційними потоками дозволяє перейти до завуальованих форм контролю над змістом інформаційного простору. Безліч ЗМІ конструюють цей простір, який іноді містить інформацію з «неправильним» дискурсом, яку, як правило, транслують соціальні аутсайтери. По суті, це та ж цензура, але у споживачів інформації формується відчуття, що вони вловили дух часу і йому відповідають їх власні переконання, яких дотримуються найбільш сучасні або просто кращі люди [Ноэль-Нойман, 1996]. Новий тоталітаризм виражається в тому, що різноманіття джерел інформації супроводжується вибудовуванням все більш досконалих диверсифікованих систем контролю як над потоками інформації, так і над їх змістом [Дудина, 2015]. Сучасна система управління інформаційним простором – це постійно діюча система суспільних інститутів і інформаційних каналів, яка безперервно працює в рутинному режимі, щоб в разі необхідності миттєво мобілізуватися і провести пропагандистську операцію або повномасштабну кампанію в будь-якій точці світу або на глобальному рівні [Рогозин, 2010].

Управління конструюванням спільного дискурсу передбачає управління процесами визначення кола його авторів, які можуть ґрунтуватися на різних парадигмах комунікації. Для суб'єктів суспільства можливості декларації і просування власного дискурсу в інформаційному просторі соціуму залишаються, але ці суб'єкти, не будучи допущеними в



число авторів спільного дискурсу, не зможуть впливати на його утримання. Гасла про свободу вираження власної думки можуть обернутися майстерною маніпуляцією, що дозволяє «будувати рабство руками майбутніх рабів» [Калашников, 2013].

Технології конструювання інформаційного простору соціуму зумовлені розумінням фізичної, соціальної і ментальної природи інформаційного простору. Ці технології включають в себе технології управління суб'єктами просторів, організацією просторів, конструюванням спільного дискурсу.

### *Технології конструювання соціетального дискурсу*

Різні способи (ре)конструкції дискурсу (безпосереднє відтворення соціальних практик, узгодження з дискурсами інших суб'єктів, рефлексія наявного дискурсу) надають суб'єкту можливість в ході аутокомунікації сконструювати цілісну складноорганізовану структуру. Технології конструювання соціетального дискурсу забезпечують умови для його (ре)конструювання суспільством і включають в себе наступні види технологій: організацію життєдіяльності суспільства, організацію простору його соціальних комунікацій, управління процесами самоорганізації соціетального дискурсу.

### *Організація життєдіяльності суспільства*

Життєдіяльність індивідуального суб'єкта, його спосіб життя, відповідний соціетальному дискурсу, об'єктивно перетворюють індивідуального суб'єкта в людину, яка реалізує цей дискурс, впливає на інших суб'єктів своїм прикладом і конструює, відтворює цей дискурс в суспільній свідомості. Організація життєдіяльності суспільства задає структуру суспільства. В рамках цієї структури функціонують групи, беручи участь в діяльності яких, індивідуальний суб'єкт буде дотримуватися дискурсів цих груп. Диференціація соціуму, коли індивідуальний суб'єкт

може бути учасником багатьох соціальних груп, має на увазі персоналізацію кампаній інформаційного впливу (зокрема, персоналізацію реклами) у вигляді мікротаргетування цільової аудиторії [Почепцов, 2015]. Інформаційний вплив на індивідуального суб'єкта здійснюється в його різних соціальних ролях, через референтні для нього малі групи, виробляючи кумулятивний ефект.

Організація життєдіяльності суспільства, що дозволяє індивідуальним суб'єктам досягати успіху і самореалізації, сприяє утвердженню дискурсу цього суспільства всередині соціуму і дозволяє, користуючись його привабливістю, просувати його серед громадян інших країн. Завдяки потужній економіці США стали наддержавою масової культури і диктують решті світу свої цінності, свою культуру, свою думку і своє світобачення [Мартин, Шуманн, 2001]. США розмістили по всьому світу групи професійних пропагандистів, які позитивно висвітлюють політику американської адміністрації і «нейтралізують» статті і повідомлення зарубіжних мас-медіа, а також виступи політичних і громадських діячів інших держав, які негативно впливають на імідж Сполучених Штатів [Панарин, 2006].

Моделювання соціальних інститутів за зразком благополучних країн призводить до просування дискурсу, в рамках якого ці соціальні інститути розроблені. Експорт обладнання і технологій, моделей і способів виробництва культурної продукції супроводжується перенесенням культурних форм в вироблені локально продукти. В результаті американізовані, побудовані на кращих американських зразках фабрики з виробництва серіалів виникають в Латинській Америці. Аналіз стратегій проникнення медіакомпаній на зарубіжні ринки показав, що США домагаються повсюдного впровадження комерційної моделі фінансування медіа та їх розвитку через приватний сектор. Це, в свою чергу, призводить до «культурного імперіалізму», до проникнення американського способу

життя і американського суспільства споживання на ринки третіх країн, що створює систему васальних по відношенню до США режимів [Давыдов та ін., 2013]. Капіталізм завойовує більшу частину країн «третього світу», включаючи їх в свій життєвий цикл [Вдовиченко, 2015]. Економічне процвітання західного світу призвело до масованої пропаганди могутності американської «чарівниці-демократії», універсальної значущості американських версій розуміння ліберальних цінностей і принципів вільного ринку. Подібна інформаційна експансія здатна обернутися для «незахідних» народів можливою втратою соціокультурного суверенітету, втратою специфічно-національних рис способу життя. Відсутність на сьогоднішній день інших прикладів перспективних шляхів розвитку соціумів сприяє поглибленню впливу Заходу і зміцнює домінування його дискурсу як успішної моделі суспільного устрою [Войтоловский, 2006].

#### *Організація простору соціальних комунікацій суспільства*

Простір соціальних комунікацій дає можливість ознайомлення з дискурсами інших суб'єктів суспільства в ході соціальних комунікацій, забезпечуючи конструювання спільного (аж до соціетального) дискурсу і внесення коректив в дискурс індивідуальних суб'єктів. Цей простір розгортається в трьох сферах: міжособистісні комунікації суб'єктів суспільства, комунікації між груповими суб'єктами (що включають інформаційний простір суспільства), комунікації в просторі соціальних інститутів суспільства.

У кожній з цих сфер індивідуальні суб'єкти, вступаючи в комунікації, по-різному оцінюють соціальний контекст і статус учасників. У міжособистісних комунікаціях індивідууми постають в ролі автономних суб'єктів суспільства, що виражають власні інтереси і транслюють особистісну версію соціетального дискурсу. Оскільки ЗМІ за своєю природою є груповим суб'єктом, їх інформація висловлює дискурс групового суб'єкта, а не думку індивідуального суб'єкта, автора інформації.

Крім цього, доступ до інформаційного простору контролюється соціумом, і інформація, яка в ньому знаходиться, являє санкціонований до публікації фрагмент дискурсу одного з групових (політичних) суб'єктів суспільства. Інформація, передана ЗМІ, навіть якщо ця думка людини з вулиці, є думкою групового суб'єкта, ця людина виступає як представник групи, якій дозволено висловлювати свою думку і чий дискурс враховується при конструюванні соціетального дискурсу. Саме тому трансляція інтерв'ю з терористом є, в тому числі, пропагандою терориста і його дискурсу, оскільки і терорист, і його дискурс знаходяться в соціально регульованому інформаційному просторі. Вступаючи в комунікації в рамках соціальних інститутів, індивідуальні суб'єкти є представниками соціуму, які виконують в ньому деяку функцію. Взаємодії цих суб'єктів конструюють організацію суспільства, існуючі порядки і соціетальний дискурс [Бергер, Лукман, 1995; Джерджен, 2003]. Можливість реконструкції соціальної ролі автора інформації зумовлена складністю організації дискурсу споживача, в якому представлений набір цих ролей в рамках існуючої соціальної структури суспільства, і інформаційною компетентністю споживача, здатного на основі аналізу інформації визначити статус учасника і його позицію.

Індивідуальний суб'єкт при конструюванні соціетального дискурсу спирається на зміст дискурсів, що циркулюють в просторі соціальних комунікацій, а також на суб'єктивну значимість інформації, що надходить з різних сфер. Коли в інформаційному просторі інформації по темі, що цікавить індивідуальних суб'єктів, недостатньо або вона подається однобоко, зростає значимість інформації, поширюваної по каналах міжособистісної комунікації (чутки). Чуткам люди довіряють більше, ніж рекламі, вони також більше вірять інтернет-коментаторам, які здаються їм компетентнішими, ніж пропагандистські інформаційні матеріали [Вудрафф, 2015]. Картина світу респондентів, які захоплюються переглядом телепередач (які приділяють їм не менше 4 годин на день), значно

відрізняється від картин світу респондентів, які витрачають на це набагато менше часу (до 2 годин на день). Багато в чому телебачення не відображає реального життя, і вигаданий телевізійний світ формує спотворені уявлення про реальний світ у суб'єктів, у яких телевізійна інформація займає значний сегмент їх простору соціальних комунікацій (особливо це стосується підлітків, які не мають життєвого досвіду і некритично сприймають подібну інформацію) [ Майерс, 2013]. Соціальна успішність суб'єкта, включеного в діяльність багатьох груп, визначає для нього значимість комунікацій в рамках офіційних соціальних ролей, задає важливість інформації, що надходить по цих каналах, і зумовлює цінність існуючого соціетального дискурсу, в рамках якого можна досягати таких результатів.

Складність організації кожної зі сфер соціальних комунікацій суб'єкта буде зумовлювати широту ознайомлення з існуючими в суспільстві типами дискурсів і сприяти поліпшенню якості дискурсу, конструйованого суб'єктом. Безліч міжособистісних комунікацій з людьми з різним життєвим досвідом, маса джерел і каналів інформації, різноманітність соціальних практик будуть гарантією представленості різних дискурсів і виключати орієнтацію на один дискурс при конструюванні власного, що утруднить можливості одностороннього інформаційного впливу.

Залежно від значимості сфер простору соціальних комунікацій, в яких споживач інформації виступає в різних ролях – автономного, групового, соціального суб'єкта, буде задаватись його позиція як автора при конструюванні соціетального дискурсу. Рефлексія своєї позиції в просторі соціальних комунікацій дозволяє конструювати моделі суспільства різної складності. У ролі автономного суб'єкта споживач сприймає суспільство як сукупність «вільно мислячих» автономних суб'єктів. Якщо споживач здатний рефлексувати інформацію ЗМІ як дискурси групових суб'єктів, він і себе може брати участь у ролі представника групового суб'єкта. У ролі цього представника він набуває досвід побудови суспільства, що

складається з групових суб'єктів («системи систем»), що утворює складноорганізовану ієрархічну структуру групових суб'єктів, частиною одного з яких він сам є. Коли в ході соціальних взаємодій споживач реконструює свою роль як представника колективного суб'єкта, що підтримує певний дискурс, він може сконструювати модель «спільноти товариств (колективних суб'єктів)», якщо здатен уявити дискурс колективного суб'єкта частиною соціетального дискурсу.

В інформаційному суспільстві для більшості громадян успішність самореалізації залежить від поновлення «бази даних» наявних знань, тому все більше часу пересічні громадяни витрачають на отримання інформації. Змінюється структура простору соціальних комунікацій і значимість його окремих сфер. Збільшується кількість часу, який людина витрачає на перебування в інформаційному просторі, структура якого також зазнає змін (рис. 6.2) [Василькевич, 2013; Смирнов, 2011].

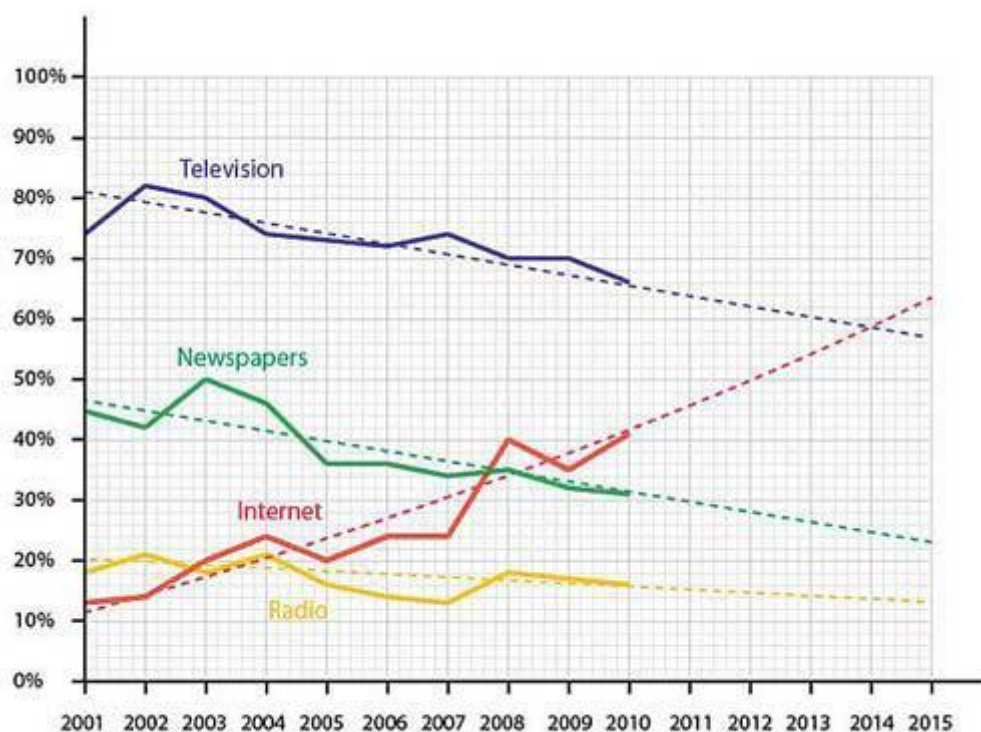


Рис. 6.2. Джерела новин для американців [взято з Василькевич, 2013]

Інтернет надає колосальні можливості для освітньої та професійної діяльності, дозволяє здійснювати комунікації в режимі онлайн і стирає географічні кордони спілкування. Мінімум половина української молоді у віці 18-25 років про події в країні і світі дізнається з постів своїх друзів або груп в соціальних мережах [Ларін, 2014]. Блогосфера і інтернет-середовище все більшою мірою починає замінювати традиційні системи соціальних зв'язків, трансляції смислів та передачі інформації (сім'я, школа, вуз, держава і т.д.) на мережеві. Останні світові події, що стосуються безпрецедентно масової участі населення в масштабних акціях протесту і повалення влади, тісно пов'язані з зростанням ролі соціальних мереж у громадському житті людини [Николайчук, Гурулева, 2015].

З появою інтернет-технологій люди отримали можливість конструювати соціальні структури (в паралельній реальності), в яких кожен отримав право на самовираження. Нові схеми самоорганізації автономних суб'єктів в сформованих віртуальних спільнотах перевершують реальність, в них більше відкритості, різноманітності, менше ієрархії. У них стиснуто час соціальних перетворень, можна вибирати заняття за своїми інтересами, миттєво брати участь, миттєво отримувати зворотний зв'язок. Віртуальна свобода самореалізації розмиває вертикальні і глибинні зв'язки, дискредитує звично організовані ієрархічні і історичні національні держави. Для користувачів мережі держава – тоталітарна, соціальні інститути – застарілі, а соціальні мережі і сфера інформаційних технологій уособлюють «креативне суспільство» з його відкритістю, вільної комунікацією і вільним обміном інформацією, гнучкістю замість ієрархії.

У мережі юзер (її учасник), поширюючи інформацію, беручи участь в комунікаціях і в організованих акціях, вважає себе співавтором дискурсу мережі. Насправді ж суб'єкт впливу, контролюючи основні вузли мережі, надаючи програмне забезпечення та фінансове утримання, реалізує просування власного дискурсу. Головною метою організаторів мережі

виявляється підпорядкування суб'єктності користувачів мережі метасуб'єкту (точніше, автору дискурсу мережі) [Другая холодная ..., 2014; Коровин, 2013]. Учасники мережі, керовані дискурсом мережі, виявляються об'єктом управління для суб'єкта впливу. Соціальні мережі, декларуючи відкрите, вільне суспільство, засноване на горизонтальних зв'язках, на практиці відтворюють суспільство, засноване на суб'єкт-об'єктній парадигмі комунікації, де соціальний диктат змінився диктатом власників технологій.

Віртуалізація, створюючи видимість суб'єктності учасників мережі, у першу чергу у них самих, дозволяє здійснювати неявне управління, що приводить до соціальних трансформацій в реальному світі. Невипадково керівництво Сполучених Штатів неодноразово заявляло про ключове значення таких соціальних мереж, як Facebook і Twitter, в організації протестних рухів, мобілізації опозиційних сил і координації їх переміщень. У 2010 р. тодішній держсекретар США Хілларі Клінтон заявила, що по лінії державного департаменту щорічно виділяється 25 млн. дол. на підтримку інтернет-активістів і блогерів з метою їх подальшого використання в інформаційній війні [Николайчук, Гурулева, 2015].

Як і будь-які інновації, технології конструювання соціальних мереж служать інтересам тих, хто першими їх освоїв. Але в подальшому ці технології можуть служити загальним інтересам. Соціальні мережі інтернету як моделі організації простору соціальних комунікацій відтворюють дискурс «вільно мислячих» автономних суб'єктів. Розвиток безлічі мереж з різними дискурсами надасть суб'єктам, що входять в кілька мереж, можливість конструювати більш складноорганізований дискурс, ніж дискурс, заснований на суб'єкт-об'єктній парадигмі комунікації. Підтримка функціонування безлічі мереж передбачає наявність фінансових ресурсів, володіння сучасними інформаційно-комунікативними технологіями і здатності конструювати якісні дискурси, що під силу не кожному суспільству.



За допомогою технологій організації простору соціальних комунікацій суб'єкт впливу може впливати на процеси конструювання соціетального дискурсу. Задаючи складність організації простору соціальних комунікацій, представленість дискурсів в ньому і способи конструювання спільного дискурсу, він надає споживачеві інформації можливості для різноманітних способів участі в конструюванні соціетального дискурсу різної складності.

*Управління процесами самоорганізації соціетального дискурсу*

Один із способів конструювання дискурсу – це відтворення суб'єктом наявного у нього дискурсу в результаті процесів самоорганізації. Суб'єкт перевіряє якість сконструйованого дискурсу в ході подальших процесів життєдіяльності, комунікацій, рефлексії, запускаючи циклічні процеси аутокомунікації. Це передбачає управління процесами самоорганізації суб'єкта, під час яких він удосконалює власний дискурс.

Процесами самоорганізації індивідуального суб'єкта управляє сам суб'єкт, в суспільстві за здійснення процесів самоорганізації нормативного соціетального дискурсу відповідає не все суспільство, а окрема структура. Система управління, забезпечуючи функціонування соціальних інститутів суспільства, сприяє відтворенню соціетального дискурсу, який засвоюють і своєю участю в діяльності цих інститутів відтворюють індивідуальні суб'єкти. Система освіти, як частина соціальних інститутів, прищеплює нормативний соціетальний дискурс підростаючому поколінню. В ході життєдіяльності індивідуальні суб'єкти, беручи участь в різноманітних соціальних практиках, здійснюючи соціальні комунікації, запускаючи рефлексивні процеси, забезпечують перевірку якості використовуваного нормативного дискурсу і можливості його доповнення. Управління простором соціальних комунікацій, забезпечуючи широту представленості в ньому дискурсів та їх носіїв, створює умови для вдосконалення якості соціетального дискурсу, який конструюють індивідуальні суб'єкти. Можна говорити про самоосвіту індивідуальних суб'єктів в ході життєдіяльності.

Крім цього, в суспільстві передбачені спеціальні структури, що відповідають за перевірку якості соціетального дискурсу і його вдосконалення. Якщо в доіндустріальних суспільствах цю функцію зазвичай виконував інститут релігії, в індустріальних суспільствах – система науки, то в інформаційному суспільстві інститут науки, зберігаючи одну з провідних ролей, стає не єдиним соціальним інститутом, який пропонує моделі світоустрою і можливі шляхи розвитку суспільства [Фурс, 2001]. Ці структури, пропонуючи внесення змін до дискурсу, забезпечують відтворення соціетального дискурсу в часі.

Суспільство організовано таким чином, що в ньому існує програма самовідтворення, яку (ре)конструює структура, здатна до навчання. Основою принципу функціонування інформаційної зброї є запуск або генерація програми самоусунення (самознищення, самообмеження), властивий будь-якій складній інформаційній системі, здатній навчатись. Завдання противника полягає в тому, щоб, маніпулюючи вхідними даними, активізувати в системі-жертві необхідні програми або процеси, що призводять до генерації подібного роду програм [Расторгуев, 2006]. Це може досягатися поширенням «мемів» (як одиниць копіювання, наслідування таким явищам, як мода в цілому, певний тип і стиль одягу, музики, ідеї, політичні переконання, релігійні погляди, конкретні соціальні практики, види розваг і т.д.) і «медіавірусів» [Другая холодная ..., 2014; Рашкофф, 2003].

Інформаційний вплив на процеси самоорганізації соціетального дискурсу передбачає демонстрацію переваги дискурсу «прогресивного людства», що дозволяє заразити суспільство зсередини чимось особливим. У суспільстві з'являється група прихильників «прогресивного» дискурсу, яка намагається занести цей інформаційний вірус в структури самоорганізації суспільства, які відтворюють соціетальний дискурс. Для трансформації соціетального дискурсу з чисто технологічних причин немає

потреби перетворювати свідомість всього населення. Достатнім виявляється значно простіший і менш витратний варіант: досягати потрібної поведінки суспільства впливом не на всі його верстви, а лише на ту частину суспільства, яка є прикладом для наслідування і/або бере участь в організації процесів життєдіяльності та/або забезпечує формування дискурсу і його якості. Тобто на якусь частину економічної, політичної, культурної (в тому числі наукової) еліти, яка просуває дискурс як представник офіційного соціетального дискурсу. Ця частина еліти, розчарована соціальним неблагополуччям суспільства (приписуваному наслідкам існуючого соціального проекту), поступово включається в діяльність глобалізаційних проектів, піддаючись при цьому форсованому впливу інформаційних технологій і стимульованій перебудові свідомості. В результаті вона починає сповідувати інші цінності, по-іншому сприймати навколишній світ і зовсім інакше реагувати на його дії. Дискурс цієї групи людей все далі відходить від традиційного соціетального дискурсу, і це позиціонування переноситься на інші верстви суспільства. Невдоволення рівнем життя, недовіра до офіційних інститутів, осмислення історії країни в негативному ключі призводять суспільство до усвідомлення того, що подальше використання традиційного дискурсу для вирішення проблем, які стоять перед країною, недоцільно і що необхідно його оновлення.

Держава, яка не користується довірою у своїх громадян, є системою зі зниженою стійкістю, що стає вельми чутливою до випадкових коливань внутрішнього і зовнішнього середовища, до ситуативних впливів, в тому числі інформаційних. Звуження ролі держави в ході глобалізації обмежує вплив суспільства на реально здійснювану політику і на свій власний розвиток. Це сприяє створенню контексту, максимально сприятливого віртуальному «зламу» існуючої політичної системи і нав'язування цьому суспільству зовнішніх соціальних проектів, які можуть в історичній

перспективі вести до виродження природи цього суспільства [Почепцов, 2004].

Управління процесами самовідтворення соціетального дискурсу засноване на якості пропонованого дискурсу. Запропонувавши привабливий, «досконалий» дискурс, нема чого впроваджувати його силою – суб'єкти суспільства самостійно почнуть організовувати своє життя відповідно до цього дискурсу і просувати його в комунікаціях. Громадяни багатьох країн самі прагнуть до результатів, що досягається лідером прогресу, спокуса завжди ефективніша примусу, а такі цінності, як демократія, права людини і індивідуальні можливості, глибоко спокусливі [Най, 2006].

На цьому заснована концепція «м'якої сили», реалізація якої націлена на боротьбу за уми представників інших країн і культур. Інструментом реалізації політики «м'якої», а потім «розумної» сили стали технології «керованого хаосу», пропоновані Стівеном Манном [Манн...]. Ці технології спрямовані на зараження інших народів, обраних в якості цілей впливу, програмним забезпеченням (під яким розуміється необхідна ідеологія, дискурс), яке може «направити розвиток системи в потрібне русло».

«М'яка сила» має на увазі просування національних інтересів під виглядом освітньої, культурної, неполітичної співпраці. Цей термін можна визначити як спосіб робити свої рішення, політику, спосіб життя, цінності і цілі привабливими для іншої аудиторії, контрагентів, об'єктів впливу. Арсенал «м'якої влади» включає в себе засоби і методи впливу, в основі яких лежить комунікація, а головним знаряддям є інформація. Найважливіший принцип «м'якої влади» по Дж. С. Знаю – переконання цивілізацій-мішеней в перевазі американської моделі життєустрою [Най, 2006]. М'яка сила укладена в якості дискурсу, який часто підміняється зовнішньою привабливістю декларованої версії дискурсу. Щоб розгледіти її неафішовані сторони, необхідна вже якість дискурсу споживача інформації.

Дж. Най виділив наступні найважливіші джерела «м'якої сили» США. По-перше, це культура країни, що пропагує американський спосіб життя, – в Америці культурне поле простягається від Гарварда до Голлівуду. По-друге, політичні ідеали, які регулюють простір взаємовідносин суб'єктів, які можуть бути дуже привабливими для інших, – це і «демократія», і принцип «свободи слова», і «рівність можливостей». По-третє, легітимність зовнішньої політики, під якою розуміється такий образ дій уряду, який інші народи можуть визнати співрозмірним захистом національних інтересів США, правомочність насадження «правильного» світового порядку, що бореться зі злом у різних країнах [Най, 2006]. Але ці джерела мають і зворотний бік. Привабливий образ життя досягається нерівноцінним обміном, США виробляють 20% світового ВВП, а споживають 40% [Иванов, Малинецкий 2015]. Хоча багатьох саме споживча сторона життя і приваблює. Привабливі політичні ідеали рівності можливостей не переносяться на міжнародну сферу, там США проповідують власну винятковість. Легітимність зовнішньої політики підміняється правом сильного вершити правосуддя за своїми законами, де йому заманеться. М'яка сила – це привабливість багатого суспільства, за вітриною якого експлуатація і нажива [Другая холодная ..., 2014].

Сучасні інформаційні технології сприяють проведенню «м'якої сили». Соціальні мережі за фактом є просторами життєдіяльності їх користувачів, в яких вони проводять найбільше часу, виконуючи при цьому функцію програмування дискурсу, коли споживачі відтворюють дискурс мережі. Для більшості людей в усьому світі досягнення творчої самореалізації в своєму житті є проблемою. І тут людині пропонують простір, в якому він відчуває причетність до чогось більшого, йому пропонують осмислену діяльність, яка носить реальний характер. Дуже важливим параметром соціальних мереж інтернету стали технології Веб 2.0 – кожен може стати художником, викласти свій малюнок або фотографію, отримати соціальне визнання, стати

відомим, вийшовши на YouTube. Подібні міри самовираження і свободи на порядок вищі за ті, що були до цього. Особливо привабливий цей дискурс для молоді, і він виграє у дискурсу, пропонованого традиційним суспільством. Це сприяє просуванню нового дискурсу, прищеплює складові частини нового світоглядного стереотипу, основними положеннями якого є: звільнення від авторитетів (державних, військових, релігійних), заперечення будь-якої ієрархії і сімейних цінностей, екологізм (як доктрина рівності «прав природи» над правами людини і навіть пріоритету над останніми), захист сексуальних та етнічних меншин, антиклерикалізм, інформаційна прозорість, що обертається тотальним електронним стеженням, і, в кінцевому рахунку, відмова від суверенітету держави на користь глобальних наднаціональних структур. В обов'язковому порядку присутня вказівка на те, що не підходять для сучасного життя і повністю дискредитували себе всі структури, характерні для національної держави, – вертикаль влади, традиційні інститути, такі як церква, сім'я, система освіти [Другая холодная ..., 2014].

Управління процесами самоорганізації соціетального дискурсу призводить до створення здатної до навчання системи (ре)конструювання дискурсу, що забезпечує його вдосконалення в ході комунікацій всередині суспільства [Плющ, 2017а; Плющ, 2017b]. Ця система включає підсистеми управління соціальними інститутами, простором соціальних комунікацій, структурами вдосконалення соціетального дискурсу. Удосконалення самоорганізації соціетального дискурсу передбачає комунікації з представниками інших соціетальних дискурсів і можливість керувати конструюванням спільного дискурсу глобалізації, що дозволяє входити в коло його авторів. Якщо в результаті управління процесами самоорганізації соціетального дискурсу якість дискурсу, що дозволяє суспільству і його суб'єктам успішно функціонувати і відповідати на виклики часу, не досягається, то у суспільства невеликий вибір. Йому доведеться або

орієнтуватися на інший соціетальний дискурс, припиняючи своє існування в якості самостійного суб'єкта, або міняти соціальну організацію.

Технології інформаційного впливу дозволяють організувати управління життєдіяльністю суб'єктів суспільства на основі наданої ним інформації. Вони розглянуті як діяльність з конструювання механізмів інформаційного впливу, яка забезпечує просування дискурсу суб'єкта впливу. Ці технології передбачають управління конструюванням контексту ситуації комунікації та управління процесами (ре)конструювання соціетального дискурсу, що дозволяють організувати життєдіяльність суспільства, в якому протікають комунікації суб'єктів. Технології інформаційного впливу на суспільство включають в себе технології створення привабливого дискурсу, управління процесами життєдіяльності суспільства (включаючи процеси самоорганізації соціетального дискурсу), управління управлінням конструювання спільного дискурсу глобалізації. В результаті суб'єкт впливу отримує можливість пропонувати модель глобалізації, контролювати процес конструювання спільного дискурсу глобалізації, вибирати цілі здійснення цієї моделі глобалізації.

### **6.3. Забезпечення інформаційної безпеки суспільства**

#### *Деструктивний інформаційний вплив*

У рамках запропонованого підходу комунікація розглядається як конструювання спільного дискурсу суб'єктами комунікації, а інформаційний вплив – як збільшення ролі дискурсу суб'єкта впливу в дискурсі споживача інформації. Під деструктивним інформаційним впливом розуміємо таку зміну організації дискурсу споживача інформації, яка призводить до зниження якості життєдіяльності цього суб'єкта. Можна виділити ряд складнощів, що ускладнюють однозначну діагностику деструктивності інформаційного впливу. Інформаційний вплив є тільки однією з причин

трансформації дискурсу, в свою чергу, якість життєдіяльності визначається не тільки станом дискурсу. Зміни складноорганізованого дискурсу можуть відбуватися не одномоментно, і з урахуванням того, що перетворення дискурсу найчастіше не ведуть до миттєвих перетворень життєдіяльності, необхідне завдання часового проміжку оцінювання, протягом якого ці зміни дискурсу проявляються в процесі життєдіяльності. До того ж, якість життєдіяльності суб'єкта є суб'єктивним показником, закладеним в його дискурсі, який безперервно оновлюється.

Деструктивність інформаційного впливу може проявлятися в змісті запропонованого дискурсу, в способах організації спільного дискурсу, в результатах життєдіяльності, здійснюваної на основі перетвореного дискурсу. Показниками деструктивності в змісті дискурсу можуть бути пропозиції асоціальних практик, замкнутого кола комунікацій обраних суб'єктів, претензії на абсолютизм дискурсу, без окреслення кордонів застосувань, умов функціонування та періоду дії. Одноразові інформаційні впливи з такими пропозиціями не завжди несуть загрозу для зрілого суб'єкта, але для незрілого суб'єкта вони можуть становити небезпеку своєю миттєвою привабливістю, враховуючи, що ці суб'єкти не завжди можуть представляти віддалені наслідки таких дій. З одного боку, знайомство з пропонованими практиками може бути розширенням уявлень споживача про різноманіття світу, з іншого боку, якщо вони переростуть в постійні практики і відобразяться в структурних особливостях дискурсу, то можуть ускладнювати функціонування в суспільстві. Ще одним показником деструктивності буде втрата суб'єктності споживача інформації при конструюванні спільного дискурсу. Це призводить до домінування ролі дискурсу суб'єкта впливу в перетвореному дискурсі споживача інформації. У разі унітарної або системної організації дискурсу це загрожує споживачеві зниженням ролі його традиційного дискурсу, що може привести до історичної амнезії і відмови від свого минулого. Показниками



деструктивності перетвореного дискурсу будуть особливості його організації, які проявляються в акцентуації на окремих фрагментах картини світу, в звуженні числа співавторів, в суб'єктоцентризмі при конструюванні дискурсу.

Наслідком деструктивного інформаційного впливу може бути згортання зв'язків зі світом, розбалансування цілісної самоорганізації суб'єкта, звуження горизонтів його розвитку [Ліщинська, 2013; Плющ, 2014a]. Для групових і колективних суб'єктів результати деструктивного впливу більш наочні, їх можна помітити в порушенні їх звичного функціонування. В індивідуальних суб'єктів виявити зміни їх внутрішньої організації складніше, хоча з плином часу вони також виявляються в змінах стану і поведінки. Зауважимо, що інформаційні впливи, які ведуть, наприклад, до дезінтеграції терористичних організацій і перебудови ментальних структур осіб з асоціальними формами поведінки, розцінюються як схвалювані і цілком законні способи впливу. В рамках синергетичного розуміння дезінтеграція організації колективного суб'єкта може означати потенційну можливість його поновлення. Розкладання структури на елементи нижчого рівня може покликати до життя нові форми самоорганізації або продовжити розкладання на ще менші елементи. У загальному випадку, дезінтеграційні процеси можуть бути індикатором як можливого поновлення, так і потенційної фізичної загибелі.

Оцінка деструктивності дискурсу, що просувається суб'єктом впливу, може бути зумовлена організацією дискурсу споживача інформації. У закритому суспільстві з унітарним типом дискурсу просування будь-якого альтернативного дискурсу несе загрозу як дискурсу, так і стійкості цього суспільства. Тому інформація, що надходить і не вписується в рамки дискурсу цього товариства, може сприйматися деструктивною. У відкритому суспільстві з системним типом соціетального дискурсу деструктивним може бути позначений дискурс суб'єктів, що не входять в

число його авторів і/або пропонують інші способи організації соціального дискурсу з рівноправною участю інших авторів. Це несе загрозу сформованому соціальному порядку, який відтворюється в дискурсі. У відкритому суспільстві з синергетичним типом соціального дискурсу, в якому всі суб'єкти входять в число його співавторів, дискурс окремих суб'єктів може бути деструктивним, якщо в ньому проголошується обраність деяких групових суб'єктів суспільства. Оцінювання деструктивності дискурсу інших суб'єктів може базуватися на змісті дискурсу, приналежності автора до іншого товариства, інших підставах організації групового автора спільного дискурсу.

У загальному випадку визначити деструктивний характер інформаційного впливу досить складно, оскільки він передбачає аналіз довгострокових цілей авторів інформації. Інформація є інструментом суб'єкта впливу в комунікації, коли він може маскувати свої задуми. У суспільстві завжди присутній інформаційний шум. Надходження нової інформації може вести до невиправданих витрат на її переробку, до витрачання обмежених фізичних ресурсів. Додавання нових, часто несуттєвих, деталей в картину світу розсіює увагу і ускладнює прийняття адекватного рішення. Про цілі комунікації можна судити по деклараціях, діяльності суб'єкта впливу і результатах його діяльності. Розбіжності між ними можуть бути наслідком складності організації діяльності по втіленню дискурсу, переховування довгострокових цілей суб'єкта впливу, низької якості пропонованого дискурсу. Цілком можливо, що за деклараціями про спільну вигоду, пропозиціями рішень ситуативних проблем, які доводять свою ефективність, суб'єкт впливу приховує свої довгострокові егоїстичні плани, що йдуть врозріз з інтересами споживача інформації.

У літературі дано безліч прикладів деструктивного інформаційного впливу, або так званого «промивання мізків», і наводяться умови, що сприяють ефективному його здійсненню [Зимбардо, Ляйппе, 2000; Лифтон,

2005]. По-перше, цей вплив спрямований насамперед на людей з порушеними звичними соціальними зв'язками, які відчують соціальне знехтування, самотність чи страх, невпевненість у власному майбутньому, тобто на тих, у кого спостерігаються підвищена нестійкість дискурсу і незадоволеність його якістю, що викликає підвищену чутливість до цілеспрямованих дій. По-друге, цих людей поміщають в сконструйоване середовище і намагаються захистити їх від зовнішніх соціальних контактів, запобігши можливості альтернативного смислотворення. Оточивши їх прихильниками пропонованого дискурсу, їм регламентують спосіб життя, що не залишає часу для рефлексивних виходів. По-третє, ці люди опиняються в атмосфері всепоглинаючої «любові», їм пропонують ідеї, які допомагають долати труднощі і недосконалості сучасного життя, знаходячи прості рішення злободенних проблем сучасності, спираючись на любов, віру і моральність в рамках окремої групи. Пропонуються також зразки «позитивного» мислення, засвоєння яких дозволяє відчути себе частиною цієї «досконалої» групи. При цьому використовується багатий арсенал стандартних технік міжособистісного впливу.

Забезпечення контролю з боку середовища дає можливість «виправлення мислення», просування необхідного дискурсу [Лифтон, 2005]. В основі прийняття нового дискурсу лежать незадоволеність споживача самореалізацією в суспільстві, незадоволення якістю власного дискурсу і привабливість пропонованого дискурсу. «Добровільне» прийняття нового дискурсу може бути зумовлено як бажанням фізичного виживання, так і прагненням адаптуватися до вимог середовища, зробити в ньому кар'єру. Відчуття «високої мети», «обраності» своєї діяльності по її здійсненню і себе як «авангарду» цього руху сприяють містичній переконаності в правильності свого вибору. Ці відчуття доповнюються почуттям провини за своє минуле і сьогодення, в яких суб'єкт докладав мало зусиль і недостатньо «чистий» в своїх прагненнях до ідеальних зразків світлого майбутнього.

Подібне відчуття передбачає культ сповіді і очищення від спадщини негідного минулого, що має на увазі символічне підпорядкування чужій волі.

Можна виділити наступні фактори, що сприяють наданню деструктивного інформаційного впливу: ситуативна привабливість трансльованого дискурсу, множинність можливих смислів інформації, нестійкість (динамічної рівноваги) організації дискурсу споживача інформації. Ізолювати суб'єктів суспільства від деструктивного інформаційного впливу – навряд чи здійсненне завдання, тим більше, що «заборонений плід солодкий». Розвиток медіакультури споживача інформації, що має на увазі його вміння працювати з інформацією та її джерелами, є необхідною, але недостатньою умовою протистояння деструктивному інформаційному впливу.

Відстежити процеси деструктивного інформаційного впливу можна за наступними показниками: по поширенню в просторі соціальних комунікацій інформації, що містить дискурс суб'єкта впливу; щодо змін стану соціуму, в якому зменшується підтримка традиційного дискурсу і збільшується кількість прихильників дискурсу суб'єкта впливу; зі зміни соціетального дискурсу, коли відбуваються трансформації цілей розвитку суспільства відповідно до дискурсу суб'єкта впливу. Здатність протистояти деструктивному інформаційному впливу забезпечується соціальною зрілістю індивідуальних суб'єктів, умовами їх життєдіяльності, привабливими цілями суспільного розвитку. Це передбачає:

1) складність організації дискурсу споживача, яка надає можливість реконструювати дискурс суб'єкта впливу (розпізнавати його цілі) і конструювати спільний дискурс, що включає фрагменти дискурсів обох суб'єктів;

2) наявність складноорганізованої структури соціуму, до якої включено споживача. Можливість різноманіття соціальних практик і

комунікацій споживача веде до включення дискурсів різних суб'єктів в дискурс суб'єкта, що дозволяє аналізувати інформацію з різних точок зору. Плюралізм думок, які панують в інформаційному просторі, і свобода вибору джерел інформації дозволяють зменшити залежність споживача від нав'язування йому дискурсу суб'єкта впливу;

3) якість постійно оновлюваного соціального дискурсу, засвоюваного споживачем. У світі, що змінюється спостерігається локальна ефективність соціальних дискурсів, придатних для конкретних спільнот в певних історичних умовах, тому невпевненість в «правильності» дискурсу породжує сприйнятливості до інформаційних впливів.

### ***Ризики для споживача інформації, пов'язані з ситуацією інформаційного впливу***

Інформаційний вплив як просування дискурсу суб'єкта впливу здійснюється в рамках комунікації суб'єктів. Виходячи з такого розуміння, виділимо наступні види ризиків для споживача інформації, пов'язаних з поширенням інформації, які сприяють неконтрольованому просуванню дискурсу суб'єкта впливу:

- особливості ситуації комунікації;
- особливості суб'єкта впливу;
- особливості споживача інформації.

Ризики – це виклик для суспільства, який воно може використовувати для саморозвитку. Розуміння ризиків дає можливість забезпечити умови розвитку суспільства, організувати заходи, що сприяють його інформаційної безпеки.

### ***Особливості сучасної ситуації комунікації***

Внаслідок ускладнення і динамічності соціальних процесів у суспільстві дедалі менше відомостей, необхідних для своєї соціальної поведінки і життя в суспільстві, може отримати індивідуальний суб'єкт,

ґрунтуючись тільки на своєму життєвому досвіді. Умови життєдіяльності людини задають інформаційні потоки, в які вона занурена. У світі, що змінюється, відбувається безперервне оновлення знань, а володіння інформаційними технологіями дозволяє отримувати конкурентні переваги. З розвитком цих технологій зростають швидкість і обсяги передачі інформації, світ робиться прозорим, коли кордони держав, в тому числі і межі інформаційних просторів, стають дедалі умовнішими. Сучасний соціум стає проникним для будь-яких інформаційних імпульсів. Завдяки телебаченню і розвитку інтернету інформаційний простір, будучи одним з найважливіших інструментів масової комунікації, набув ознак глобальних структур.

Інформація впливає на прийняття багатьох рішень не тільки прямими посиленнями, але і побічно, ефективно готуючи і розвиваючи громадську думку в потрібному руслі. Кожен може розмістити в інтернеті довільну інформацію, будь-яка соціальна група може генерувати і трансформувати інформацію в каналах комунікації відповідно до власних цілей. Множинність гравців на соціально-інформаційному полі, що отримали можливість інформаційних впливів, неконтрольований обсяг інформації, анонімні джерела інформації, можливість доступу до інформації для величезного числа людей привели до зниження і навіть кризи керованості інформаційного простору. Інформаційна сфера суспільства, як сукупність медійних ресурсів, комунікативних технологій та культурного потенціалу суспільства, не має абсолютного захисту від прямого впливу.

Інтернет створює потенційну можливість для втручання у внутрішні справи держави, проникнення в закриті до цього сфери і галузі, які стосуються сфер державних інтересів і національної безпеки. Стають можливими розкрадання інформації, поширення комп'ютерних вірусів, таємний моніторинг мереж, їх злом і порушення діяльності. Суб'єкта впливу досить часто буває важко визначити і нейтралізувати. Інформаційне

суспільство, знайшовши небачену раніше свободу, динамізм розвитку, знайшло і нову ступінь уразливості перед деструктивними факторами і різними соціальними девіаціями [Сляднева, 2001a], які можуть привести до дезорганізації суспільств [Бжезинский, 2009; Кара-Мурза, 2000].

Соціальні конфлікти і катаклізми переносяться в інформаційну сферу, що призвело до розробки доктрин «інформаційних воєн» [Почепцов, 2001a]. В умовах глобалізації міжнародні структури здатні поставити під сумнів здатність практично будь-якої держави контролювати власний символічний простір. Транснаціональні корпорації, що працюють в сфері медіа-бізнесу, і світові ЗМІ, які мають на озброєнні сучасні інформаційні технології, можуть створити необхідну їм «картинку», знизити або підняти, в залежності від завдання, рейтинг будь-якої країни [Гузенкова, 2010].

Можна припустити, що нові соціальні технології повинні сприяти демократизації всіх сторін суспільного життя. Однак існуюча нерівномірність доступу до джерел інформації допускає реальну можливість концентрації управління інформаційними потоками в руках досить вузького кола осіб, які мають перед собою завдання спрямованого впливу на масову свідомість або маніпулювання ним в політичних цілях. Сучасне «програмоване» суспільство відрізняється перш за все зростанням ролі політичної влади, яка ховається за інформаційними технологіями.

Існуюча асиметричність в різних країнах в доступі до можливостей, що надаються інформаційними технологіями, отримала назву «цифрового розриву». Цей розрив проявляється в сферах доступу до використання таких технологій, до умінь використовувати ці технології і до можливостей їх конструювання. Доступ як до ресурсу означає фізичну можливість використовувати обладнання, інфраструктуру і програмне забезпечення, а також фінансову спроможність, що дозволяє здійснювати регулярну оплату послуг інтернету. Використання інформаційних технологій у професійній діяльності та для організації форм групової соціальної активності

передбачає наявність в суспільстві умов для застосування цих технологій як інструменту соціальних комунікацій. Доступ до технологій конструювання інформаційних технологій дозволяє використовувати їх як інструменти соціального управління, впливаючи на інших суб'єктів. Youtube, Twitter, соціальні мережі перетворюються в один з інструментів пропаганди конкретних політичних сил. Окремим країнам, навіть дуже великим, важко розкрутити що-небудь конкурентоспроможне з Youtube або Facebook, а створювані нові проекти можуть бути перекуплені.

Наявні організаційно-структурні особливості всього комплексу інтернет-технологій, ключові вузли інфраструктури і регулюючі інстанції перебувають у віданні однієї країни, так само як і галузь створення найважливіших компонентів самих комп'ютерних пристроїв. Монополії в інформаційних технологіях дозволяють використовувати їх як засіб отримання прибутку для здійснення глобального інформаційного контролю, для обмеження поширення новітніх технологій управління. Внаслідок цього в найбільш розвинених технологічних країнах концентрується майже вся інтелектуальна індустрія. Ці країни стають власниками основних інтелектуальних ресурсів, виробниками доміантних інформаційних технологій, продуцентами основних культурних і соціально-гуманітарних потреб. Решта країн світу перетворюються в споживачів інформаційної технології та інформаційної продукції, виробників сировини і окремих видів промислової продукції [Ракитов, 1991].

Інформаційно-комп'ютерні технології стають визначальним фактором формування культури XXI ст., коли ключовою характеристикою користувача виявляється його інформаційна дієздатність. В умовах надлишку інформації стає неможливо освоїти весь інформаційний потік. Фрагментація інформації ускладнює інтелектуальне осмислення великих її обсягів. Величезна система ланок вироблення, передачі і зберігання інформації робить важкодоступним знаходження першоджерела інформації,



приховуючи суб'єкта впливу. У зв'язку з цим вміння працювати з інформацією стає елементарною вимогою забезпечення життєдіяльності індивідуального суб'єкта в інформаційному суспільстві.

Традиційні інститути трансляції культури – сім'я і школа – вже не справляються зі своєю функцією програмування дискурсу підростаючого покоління. Її переймають віртуальні простори, в яких споживачі проводять все більше часу. Щоденного споживання інформації телебачення і радіо протягом 4 годин цілком достатньо, щоб у частині глядачів і слухачів були сформовані уявлення, потрібні замовникам, навіть якщо ці уявлення суперечать реальності [Майерс, 2013]. Кількість часу, який людина звикла проводити в соціальних мережах і зі своїм мобільним пристроєм, зумовлює її неприйняття нормативного дискурсу соціуму і протестну активність [Восканян та ін, 2014]. Отримання інформації вважається процесом, повністю підвладним суб'єкту. У той же час в сучасному суспільстві індивідуальний суб'єкт знаходиться у владі глобальних інформаційних потоків, не маючи можливості здійснювати контроль над ними, впливати на них і самостійно визначати цілі їх організаторів.

Сучасна епоха характеризується тим, що люди все більше часу проводять в інформаційному просторі. Число людей, включених в глобальну мережу, до кінця 2012 р. склало 2,4 млрд., 62% користувачів інтернету користуються соцмережами, знаходження в яких є сьогодні найпопулярнішою активністю інтернет-користувачів. Число користувачів Facebook, які хоча б один раз на місяць відвідують цю соціальну мережу, в жовтні 2012 р. перевищило 1 млрд. осіб. Число активних користувачів Twitter в грудні 2012 р. склало 200 млн. чоловік. На Facebook кожен день завантажується 300 млн. нових фотографій, на YouTube щодня проходить 4 млрд. переглядів відеороликів [Восканян і ін, 2014]. У глобалізованому світі вся соціально-економічна, політична і культурна структура пронизана інформаційними каналами, які становлять мережі, перетворюються з

технічного засобу в простір життєдіяльності. Нові інформаційні технології (віртуальне спілкування, ігри, соціальні мережі та інші Web 2.0 технології) дозволяють їхнім користувачам конструювати «нову соціальність», коли люди створюють віртуальну реальність, паралельну соціальному світу.

Мережева самоорганізація, свобода від держави, ідея рівності і прямої демократії, підтримка різноманітності і унікальності, безмежний простір самореалізації створюють у мешканців віртуального середовища ілюзію переваги їх спільнот над традиційними суспільними інститутами. Якщо держава не здатна створити гідні умови для життя громадян, то учасники віртуальних спільнот підтримують протестну активність і готові йти за своїми лідерами. При цьому вони переконані, що діють добровільно, самі вибрали лідерів і самі їх контролюють. Разом з тим рівень сучасних інформаційних технологій дозволяє прихованим суб'єктам впливу конструювати це віртуальне середовище і управляти його процесами.

Енергія користувачів мережі витрачається в основному на мультиплікованість каналу комунікації і цитованість чужого контенту, канал при цьому розмножується, забезпечуючи зв'язок через різні ресурси, до яких включено реципієнта, але якісні параметри комунікації, пов'язані з засвоєнням інформації, її аналізом, власною інтерпретацією, осмисленням, різко знижуються [Восканян і ін., 2014]. З психологічної точки зору, користувач сприймає свою сторінку як якийсь особистий простір, що зумовлено особливостями соціальних мереж, такими як самостійний вибір кола спілкування і фільтрація контенту за допомогою участі в спільнотах, цікавих користувачеві. Саме через цю персоналізацію довіра користувача соціальної мережі до одержуваної інформації апріорі вища, ніж до інформації, одержуваної з інших джерел, таких як федеральні ЗМІ і навіть інтернет-ЗМІ [Гладышев-Лядов, 2013]. Система циркуляції інформації за допомогою фільтрів соціальних мереж, коли, наприклад, користувачі Facebook і Twitter можуть організовувати спеціальні стрічки новин,

сповіщення і sms-повідомлення, що значно підвищує ступінь релевантності інформації очікуванню реципієнта. Умовно це можна назвати «віяловим» каналом комунікації, який забезпечує спілкування особистості відразу з багатьма, але не розширюючи уявлення про дійсність, а уніфікуючи базові установки. Контент інтернету і його формат націлені в більшій частині на миттєвий емоційний відгук, який ускладнює раціональну, усвідомлену побудову цілісної картини того, що відбувається і свого місця в ньому [Черемных та ін., 2013]. При цьому консолідується квазіреферентна група, завдяки чому знову ж зростає довіра до інформації в інтернеті [Восканян та ін., 2014]. Відсутність досвіду комунікації з інакодумними суб'єктами ускладнює конструювання з ними спільного дискурсу.

Інтенсифікація комунікацій з віртуальними однодумцями не компенсує ослаблення соціальних зв'язків, почуття солідарності з суспільством, причетності до його конструювання, запускаючи механізм соціалізації, який девальвує цінність складноорганізованого суспільства. За допомогою інтернету реалізується запит на спільну участь у діяльності, яку люди сприймають як значущу і таку, що має позитивну мету, маючи можливість відчувати свою причетність до певної місії. Самореалізація в акціях «малих справ», «малих свобод» і «малих справедливостей» створює ілюзію легких, «кнопкових» рішень будь-яких проблем [Восканян та ін., 2014]. Ці обставини істотно змінили метрику сучасної дійсності і зробили практично даремною всю попередню культуру, яка формувалася в принципово інших умовах. Екстраполяція поведінкових норм віртуального простору за його межі унеможлиблює їх використання в масштабних проєктах всього суспільства, які передбачають узгодження цих проєктів з іншими колективними суб'єктами і спільну складноорганізовану діяльність.

Віртуальний простір, як це часто представляється його учасникам, має ключову перевагу перед реальністю у тому, що є простором прямої демократії. Користувачі в мережі методом прямого голосування в змозі

впливати на рішення багатьох питань, як антитеза реального світу, де державні, громадські інститути і корпорації «загрузли в самозбагаченні» і керують людьми за допомогою обману. Залучені до віртуальної реальності протиставляють їй організацію суспільного устрою реального світу, культура якого не може або не вважає за потрібне компенсувати дефіцит щирості, організувати співпрацю на принципах товариства і братства [Восканян та ін., 2014].

У паралельному просторі немає місця традиційній культурі суспільства, його дискурсу, який розгортається в часі і базується на традиціях і історичній спадкоємності. Складноорганізований світ не передбачений, право на існування має тільки уніфікована глобальна культура інформаційного світу, яка об'єднує «креативних» людей в соціальних мережах. У них віджили себе всі структури, характерні для національної держави, що, в кінцевому рахунку, призводить до відмови від суверенітету держави на користь глобальних наднаціональних структур [Другая холодная ..., 2014]. Перспективи саморозвитку суспільства, його готовність до несподіваних випробувань ставляться під сумнів. При цьому найбільш необізнаними, але найактивнішими, які займаються інформаційно-психологічною обробкою рідного «суспільства-мішені» за власний рахунок в якості волонтера-ентузіаста, є учасники соціальних мереж [Восканян та ін., 2014].

Інтернет, який виник як технічний засіб передачі інформації, має і інші функціональні можливості. У споживачів інформації з'явилися нові форми участі в комунікаціях, коли вони можуть ставати співавторами простору соціальних комунікацій. Це дозволяє учасникам соціальних мереж конструювати паралельні соціальні реальності, більш значущі, ніж існуюча. Виникли нові технології управління індивідуальними суб'єктами, мережами, суспільством в цілому, які використовують технічні можливості для конструювання віртуальної реальності. Внаслідок поширення глобальних

соціальних мереж вони стають частиною соціальної організації суспільства, до управління якими суспільство не має доступу. Ці мережі, користуючись своїм становищем, можуть транслювати чужорідний дискурс, який може не передбачати існування цього суспільства в майбутньому як самостійної держави і привести до заміни традиційного дискурсу.

Можна виділити наступні особливості сучасної ситуації комунікації, що несуть ризики для споживача інформації: великий обсяг фрагментованої інформації, що надходить, зміст якої важко реконструювати; безліч прихованих авторів інформаційного простору, що ускладнюють їх ідентифікацію та реконструкцію їхніх цілей; сучасні інформаційні технології, що дозволяють створювати всередині товариств соціальні структури, до управління якими суспільство не має доступу

#### *Особливості суб'єкта впливу*

Основна мета суб'єкта впливу – це просування власного дискурсу з використанням основних механізмів інформаційного впливу: інформації, організації соціального контексту, програмування дискурсу. Загрозу для споживача інформації може представляти зміст інформації, організація простору соціальних комунікацій (що включає інформаційний простір), неучасть в конструюванні спільного дискурсу.

Зміст інформації може нести загрозу для звичного функціонування суспільства, а сучасні інформаційні технології дозволяють забезпечити вільний доступ до подібної інформації. Інтернет може використовуватися в якості потужного каналу дезінформації, для надання загального доступу до порнографії, для поширення посібників з виготовлення вибухових пристроїв, для пропаганди ідей екстремістського характеру, для розсилки комп'ютерних вірусів і т.д. Поширювана інформація може загрожувати фізичному або психічному здоров'ю людини – релігійне сектантство, поширення містичних навчань, магії, цілительства, шаманства, непристойностей. Проблема забезпечення безпеки ускладнюється

відсутністю в мережі будь-якого керуючого або контролюючого органу, анонімністю суб'єктів зловмисних дій, які завдають шкоди користувачеві, відсутністю географічних кордонів, важко визначуваною національною приналежністю об'єктів мережі [Смолян, 1999]. Проблема прихованого впливу є надзвичайно серйозною, тому що такий вплив може стати небезпечною інформаційно-психологічною зброєю в руках деструктивно налаштованих сил. Особливу роль в цих процесах відіграють ті мас-медіа, які відкрито відпрацьовують прийоми насильства над особистістю з метою примусу її до прикордонної в духовно-моральному плані поведінки, розширюють форми і методи «інформаційної маскуванія» брехні, провокуючи тим самим різного роду поведінкові девіації.

В інформаційному суспільстві в просторі соціальних комунікацій зростає роль інформаційного простору ЗМІ. Більшість індивідуальних суб'єктів, регулярно контактують з інформаційним простором ЗМІ, орієнтуються на його домінуючий дискурс [Брайант, Томпсон, 2004; Інформаційний вплив ..., 2011]. Організація інформаційного простору буде зумовлювати присутність в ньому дискурсів різних політичних суб'єктів і можливість ознайомлення з ними. В умовах монополізації цього простору одним суб'єктом споживачі інформації дотримуватимуться дискурсу цього суб'єкта. Відсутність контролю над власним інформаційним простором означає можливість неконтрольованого доступу в нього зовнішніх сил, які отримують сприятливі умови для просування власного дискурсу.

Управління організацією простору соціальних комунікацій дозволяє регулювати допуск в нього різних суб'єктів, які можуть нести загрозу традиційному соцієтальному дискурсу. Діяльність суб'єкта впливу з просування його дискурсу в простір соціальних комунікацій дозволяє прогнозувати можливі ризики для дискурсу цього соціуму.

Комунікація надає можливість конструювання спільного дискурсу. Можливість допуску споживача інформації до числа авторів спільного

дискурсу і буде визначати, чи існує загроза його дискурсу. Виникає питання, чи володіє споживач інформації потенціалом, що дозволяє йому реконструювати цілі суб'єкта впливу. Споживач повинен мати можливість реконструювати цілі, закладені в знаковому тексті, в організації комунікації (соціальному тексті), в моделі організації спільного дискурсу (дискурсивному тексті) і порівняти їх відповідність. Прорахувати довгострокові цілі суб'єкта впливу досить складно, він може їх вміло приховувати, а найближчі цілі можуть змінюватися в ході комунікації або бути неконкретними (технологія «невизначеності домовленостей») [Здравствуй ..., 2014]. Отже, споживач інформації повинен вміти постійно відстежувати динаміку реконструйованих цілей суб'єкта впливу.

Для споживача інформації ризики з боку суб'єкта впливу полягають у поширенні суб'єктом впливу деструктивної інформації, в захопленні ним контролю над управлінням простором соціальних комунікацій, в обмеженні суб'єктом впливу можливостей інших суб'єктів брати участь в конструюванні спільного дискурсу.

#### *Особливості організації суспільства (як споживача інформації)*

Інформаційне вплив розглядається як вплив інформації, автора і його дискурсу. Як споживач інформації, суспільство повинно вміти розпізнавати небезпеки, які може нести інформація, протистояти суб'єкту впливу і неконтрольованому просуванню його дискурсу. Відмінною рисою інформаційного суспільства є діяльність по роботі з інформацією (обробкою даних, управлінням інформаційними потоками та аналізом інформації). Виникає проблема підготовки людей до нових умов життя і професійної діяльності в технологізованому інформаційному середовищі, навчанні їх самостійно діяти в ньому, ефективно використовувати його можливості і захищатися від негативних впливів. Якість соціального дискурсу має надавати можливості індивідуальним суб'єктам розпізнавати в інформації

суб'єктів впливу і їх цілі та забезпечувати умови соціалізації (систему освіти) індивідуальних суб'єктів, що сприяють засвоєнню цієї якості.

Протистояти суб'єкту впливу здатне «здорове» суспільство, суб'єкти якого задоволені життєдіяльністю суспільства, наявними дискурсом і можливістю його корекції. Виникають питання, наскільки організація життєдіяльності суспільства сприяє процвітанню його суб'єктів, забезпечує суспільству умови для самореалізації людей або в ньому спостерігаються соціальна невизначеність, тривожність, низький рівень довіри соціальних інститутів і влади. Якщо індивідуальні суб'єкти не задоволені якістю життя, то чи мають вони можливість вносити зміни в існуючий соціетальний дискурс. Чи готове суспільство до соціального діалогу або в ньому відзначається низька політична культура, відбувається деформація суспільних цінностей, підвищується рівень ксенофобії, нетерпимості, а молоде покоління (особливо в підлітковому віці) не має достатньо твердої установки на неприйняття ідей екстремізму і тероризму і, тим більше, на протидію їм. Чи існують у суспільства ясні цілі розвитку або масштабні проекти створення нової економічної, соціальної та культурної реальності відсутні. Вакуум стратегій творчого розвитку привертає до розшарування суспільства за майновою, етнорелігійною, регіональною і культурно-естетичною ознаками, до самозамикання в субкультурах і напруженості між ними. В результаті суспільство відчужується від культурних традицій, закладених в соціетальному дискурсі, і готово орієнтуватися на соціальні проекти, запропоновані в рамках інших дискурсів. У всіх різновидах «інформаційної війни» найважливішим завданням є підпорядкування в культурному плані, коли слабка сторона не має доступу до конструювання смислів і цілей свого майбутнього. Якщо в суспільстві не розвинена інформаційна інфраструктура соціальних комунікацій, що дозволяє використовувати сучасні інформаційні технології, і воно не керує простором



соціальних комунікацій, то його можливості протистояти деструктивним технологіям суб'єкта впливу знижуються.

На даний час відзначається наростаюча невизначеність розвитку складноорганізованого світу. В умовах безперервних змін, коли майбутнє туманне, важлива можливість вдосконалення, корекції дискурсу. Стратегічна поразка соціальної системи може статися внаслідок внутрішніх системних причин, нездатності цієї системи вирішувати проблеми наростаючої складності через використовуваний тип дискурсу [Революция Никанорова ..., 2013]. Стандартний шлях країни, що розвивається, пов'язаний з копіюванням промислових технологій і соціальних інститутів розвинених країн. Це часто призводить до імітації систем управління і до діяльності соціальних структур, що виконують волю домінанта, яка веде до закріплення відставання в рівні розвитку [Малинецкий, 2015].

Пропонуючи суспільству відповідний дискурс (наприклад, «наздоганяльна модернізація» або «випереджаючий розвиток»), можна підмінити політичний вплив замаскованою владою дискурсу, структуруючи соціальні відносини, коли внутрішні системи класифікації соціального світу відтворюють в невідомій формі безпосередньо політичні взаємини суб'єктів [Бурдье, 2007]. Для цього буває достатньо привести до управління країнами еліти, орієнтовані на підпорядкування глобальним гравцям, які займаються впровадженням конструктів необхідного дискурсу в життєдіяльність суспільства, трансформуючи його звичний уклад [Другая холодная ..., 2014].

Здатність протистояти неконтрольованому просуванню дискурсу суб'єкта впливу залежить від можливості створення спільного дискурсу, в якому споживач інформації може виступати в якості одного із співавторів [Плющ, 2015]. Участь в конструюванні спільного дискурсу різних країн має на увазі, що в дискурсі кожної країни є щось цінне для інших країн і ця країна може бути допущена до числа співавторів метадискурсу. У світі

назріває фундаментальна переоцінка парадигми глобального розвитку і структури світопорядку. Вона передбачає не стільки створення нових міжнародних організацій і нових блоків, скільки пропозицію нових способів міждержавних відносин, які будуть складатися на основі критеріїв, вироблених багатонаціональними товариствами, що добилися високого ціннісно-сислового об'єднання своїх товариств [Ахмадинежад, 2013]. Модель соціального діалогу, коли суспільство, диференційоване за багатьма підставами, змогло інтегрувати всі групи в єдине ціле, з огляду на інтереси всіх груп, являє цінність і для інших товариств, і для світової спільноти.

В інформаційну епоху ризику просування дискурсу іншого суб'єкта завжди присутні, інша країна, пропонуючи зовні привабливіший дискурс і володіючи технологіями інформаційного впливу, може потіснити інший дискурс, аж до його стирання. До основних ризиків неготовності суспільства до інформаційних взаємодій відносяться: неякісний соціетальний дискурс, коли суб'єкти суспільства, працюючи з інформацією, не вміють виділити автора дискурсу і розпізнати його цілі; нестійкість стану суспільства, коли частина його суб'єктів не задоволена соціетальні дискурсом і пропонованою в ньому програмою життєдіяльності суспільства, в якій відсутні привабливі смисли і цілі для цих суб'єктів; непривабливість дискурсу суспільства, коли його дискурс не представляє інтерес для інших товариств, що не сприяє конструюванню спільного дискурсу на рівноправних умовах.

Виділяються наступні ризику для споживача інформації, які сприяють просуванню дискурсу суб'єкта впливу:

- неконтрольоване поширення інформації прихованих суб'єктів впливу, яке викликає зниження керованості суспільства;
- наміри інших суб'єктів одноосібно управляти процесами конструювання спільного дискурсу;
- малий потенціал дискурсу, який не дозволяє споживачу інформації оволодіти сучасними технологіями роботи з інформацією, налагодити

рівноправні відносини з суб'єктом впливу, пропонувати моделі спільного майбутнього, цікаві для інших суб'єктів.

### ***Організація інформаційної безпеки суспільства***

Інформаційний вплив розглядається як складова частина процесу комунікації, в ході якого здійснюється просування дискурсу суб'єкта впливу. Суспільство як відкрита система передбачає співпрацю з іншими суб'єктами, включаючи обмін інформаційними потоками. Під інформаційною безпекою будемо розуміти управління комунікаціями в умовах інформаційного впливу інших суб'єктів, що сприяє відтворення дискурсу суспільства, його просуванню і вдосконаленню його якості.

Стратегії інформаційної безпеки суспільства будуть спиратися на різні парадигми комунікації. Управління комунікаціями, що базується на суб'єкт-об'єктній парадигмі комунікації, передбачає обмеження доступу до інформації з дискурсом іншого суб'єкта, яке досягається контролем над інформаційним простором суспільства. Інформація з дискурсом іншого суб'єкта розглядається як загроза функціонуванню власного дискурсу в умовах прямої конкуренції і не допускається в інформаційний простір соціуму. В сучасних умовах заборонними заходами захистити інформаційний простір досить складно (але на деякий час можна). По-перше, існує технічна можливість обійти обмеження і отримати інформацію (мобільний зв'язок, супутникове телебачення, Інтернет). По-друге, існують міжнародні стандарти допуску до інформації, і їх порушення може викликати у відповідь заходи. По-третє, в суспільстві створюється атмосфера недовіри, коли одна частина суспільства диктує всім іншим, що дивитися, про що і як думати, позбавляючи інших можливості самостійно вибирати інформацію.

Забезпечення інформаційної безпеки, що спирається на суб'єкт-суб'єктну парадигму комунікації, передбачає управління комунікацією в

умовах відкритості інформаційного простору, коли інші суб'єкти мають до нього доступ. Інформаційна безпека досягається контролем над системою відтворення дискурсу (управління діяльністю інститутів суспільства, простором соціальних комунікацій, системою самоорганізації дискурсу). Передбачається можливість доповнення власного дискурсу фрагментами дискурсів інших суб'єктів. В умовах відкритого суспільства можливості інформаційного впливу з боку іншого суб'єкта обмежені. Існуюча система самоорганізації суспільства, доступ до структур якої з боку іншої держави обмежений, в ході життєдіяльності відтворює соціетальний дискурс, знижуючи можливості просування дискурсу іншого суб'єкта.

Інформаційна безпека, яка ґрунтується на парадигмі колективного суб'єкта, коли всі суб'єкти суспільства можуть виступати в якості співавторів спільного дискурсу, здійснюється в умовах вільного поширення інформації в соціумі. Поширення інформації не відноситься до ворожих дій, що несуть безпосередню загрозу безпеці суспільства, а навпаки, можливість вільного доступу до неї проголошується одним з досягнень технічного прогресу. Інформаційна безпека суспільства досягається можливістю управління процесами конструювання спільного з суб'єктом впливу дискурсу, який буде задавати напрямки перетворень дискурсу кожного суспільства. Перетворення соціетального дискурсу проходять під управлінням системи самоорганізації дискурсу, яка здатна до навчання. Ця система забезпечує (ре)конструювання соціетального дискурсу, його відтворення в часі. Суб'єкти системи самоорганізації дискурсу, що забезпечує його перетворення, становлять важливу частину суспільства. У ситуації вільного поширення інформації існує можливість, просуваючи дискурс на малу частину суспільства (суб'єктів системи самоорганізації дискурсу суспільства), трансформувати в потрібному напрямку соціетальний дискурс. Надалі відтворення впровадженого дискурсу буде здійснюватися соціальними структурами самого суспільства.

Просування стороннього дискурсу в систему самоорганізації соціетального дискурсу іншого суспільства передбачає наступні кроки.

1. Управління управлінськими елітами суспільства. Це досягається або впровадженням людей, що підтримують цей дискурс, на високі посади в соціальній ієрархії, або прищепленням цього дискурсу суб'єктам, які перебувають на цих посадах, залучаючи їх у діяльність міжнародних структур в якості виконавців.

2. Управління структурами організації життєдіяльності суспільства, що відтворюють його дискурс. Передбачає демонстрацію неспроможності наявного у суспільства дискурсу. Це досягається порушенням звичного способу життя, розладами діяльності соціальних інститутів. У просторі соціальних комунікацій підвищується роль сфер, в яких забезпечується просування необхідного дискурсу. Здійснюється контроль над інформаційним простором, в якому традиційний дискурс дискредитується, історія країни підноситься як низка невдач і ненав'язливо демонструються зразки благополучного життя в країнах, які є носіями необхідного дискурсу. Зростає роль інтернету, який для багатьох людей стає сферою життєдіяльності, де вони проводять більшу частину свого часу. Там же пропонуються нові форми соціальної організації (мережі), які, пропонуючи новий досвід, дозволяють її учасникам відмовлятися від традиційних форм управління соціумом і бути готовими їх трансформувати. Забезпечується не тільки інформаційний вплив, але і виявляються люди, готові здійснювати демонтаж традиційних структур соціуму. У просторі міжособистісних комунікацій поширюється інформація про красиве життя «там» і про те, як все погано "тут".

3. Управління структурами самоорганізації дискурсу передбачає, що вони виявляють «низьку» якість традиційного дискурсу, який вимагає збагачення міжнародним досвідом. Для цього забезпечуються поїздки за кордон тих учасників цих структур, які бачать можливість впровадження

міжнародного досвіду. В умовах глобалізації просування дискурсу іншого суспільства в систему самоорганізації соціетального дискурсу маскується тим, що цей впроваджуваний дискурс отримує статус дискурсу глобалізації, не афішуючи, що у цього дискурсу є автор, який не готовий допустити до його конструювання інших авторів. Брати участь в діяльності міжнародних організацій закликають, інакше як же без цього стверджувати, що це дискурс глобалізації, але приймати рішення, які не пройшли схвалення у автора, рідко виходить. Один із прикладів успішного застосування технології впровадження чужорідного дискурсу в систему самоорганізації суспільства – «перебудова», при якій в суспільну свідомість була впроваджена нова програма (само)організації життєдіяльності суспільства, яка була агресивно налаштована до старої програми, намагалася її змінити і навіть стерти [Почепцов, 2004; Лисичкин, Шелепин, 1999].

«Здорове» ж, успішно функціонуюче суспільство забезпечує умови відтворення власного дискурсу. Організація життя суспільства, надаючи можливість конструювання смислів і цілей життя, створює умови для самореалізації суб'єктів, засвідчуючи якість дискурсу. Переконання індивідуумів в привабливості концепції організації їхнього суспільства відтворюються в ході їх включення в діяльність соціальних інститутів, підтверджуються в процесі соціальних комунікацій з іншими суб'єктами цього суспільства і доповнюються можливостями вдосконалення цієї концепції. У суспільстві здійснюється управління простором соціальних комунікацій, що дозволяє формувати довіру до суспільства і до її інститутів. Створюються умови для конкуренції світоглядів групових суб'єктів, самодіяльних громадських організацій, атмосфера терпимості до інакомислячих, розвивається культура комунікації. Інформаційний простір контролюється: інформація з дискурсами інших суб'єктів доступна, але не займає привілейоване становище, суб'єкти з іншим дискурсом присутні, але не можуть зловживати своїм соціальним капіталом. У суспільстві

налагоджені комунікації на всіх рівнях його організації, що дозволяють кожному суб'єкту брати участь в конструюванні дискурсу і його вдосконаленні. Пріоритет у розвитку суспільства задається управлінням структурами самоорганізації дискурсу: наявності системи підготовки управлінських кадрів, управління простором соціальних комунікацій, розвитку структур, що відповідають за якість і вдосконалення дискурсу, в першу чергу власної науки.

У сучасному світі уникнути інформаційного впливу неможливо, інша річ, як в рамках власного дискурсу сконструювати адекватну модель глобального світу, що дозволяє успішно в ньому розвиватися. Обмежити просування дискурсу іншого суспільства можна не заборонами, а створенням соціальної системи з більшим ступенем привабливості, енергетики і можливостей самореалізації. У цій системі має бути налагоджено функціонування структур, які конструюють її дискурс знаковими засобами і володіють технологіями комунікації, які дозволяють індивідуальним суб'єктам засвоювати і відтворювати цей дискурс.

Інформаційна безпека забезпечується самоорганізацією життєдіяльності суспільства, яке функціонує на основі складноорганізованого дискурсу. Вона досягається контролем над інформаційним простором, організацією життєдіяльності суспільства, управлінням процесами (ре)конструювання дискурсу. Інформація – це і знакові тексти, і ілюстрація стану суспільства, і передбачувані способи конструювання спільного дискурсу. Соціум – це і безпосередня інформація про його стан, і контекст комунікації суб'єктів суспільства, і спосіб відтворення дискурсу. Соціетальний дискурс включає в себе і простір соціальних комунікацій, що дозволяють його транслювати, і працююче «здорове» суспільство як автора дискурсу, і систему самоорганізації дискурсу, що передбачає його оновлення.

Також інформаційна безпека суспільства зумовлена станом кінцевого ланки споживання інформації – індивідуальним суб'єктом, якістю сформованого ним дискурсу. Комунікація розглядається як процес конструювання спільного дискурсу, коли споживач, використовуючи фрагменти дискурсу автора, закладені в інформації, трансформує власний дискурс, удосконалюючи його. В ході соціалізації суспільство забезпечує індивідуальному суб'єкту можливості засвоєння, відтворення і вдосконалення соціального дискурсу. На нього він буде спиратися в комунікаціях, реконструюючи дискурс суб'єкта впливу і приймаючи рішення про внесення змін до власного дискурсу. Наявність якісного дискурсу передбачає вміння індивідуальних суб'єктів працювати з інформацією, реконструюючи технології інформаційного впливу, використовувані в ході комунікації. Ця робота передбачає діяльність із знаковим текстом, взаємодію з автором, що дозволяє реконструювати смисли інформації і цілі автора, аутокомунікації, в процесі якої споживач визначає необхідність перетворень власного дискурсу.

Робота з інформацією означає вміння людини прочитувати знаковий текст інформації, виявляючи сенс і цілі авторів інформації. У споживача сформовані навички перевірки інформації на достовірність: в якому виданні опублікована, хто автор статті або тексту, яка його кваліфікація, які відгуки про нього фахівців. Споживач вміє перевіряти і перевіряти ще раз викладені факти, йому щеплено розуміння фейків і методик їх викриття. Він володіє технологіями самоорганізації, у нього вироблений чіткий і зрозумілий алгоритм дій, коли він стикається з невідомим явищем, проблемою і інформацією. Він вміє отримувати інформацію за допомогою сучасних технологій, самостійно шукати необхідну інформацію за допомогою офіційних і неофіційних джерел, перевіряти якість знайденої інформації. Він вміє встановлювати контроль над процесом отримання інформації, вміє її використовувати в різних соціальних і культурних контекстах, постійно



оновлюючи свої знання. Він бере активну участь в житті суспільства, перевіряючи інформацію на відповідність дійсності, обговорюючи її з іншими суб'єктами і організовуючи свої потоки інформації.

Основою конструктивної взаємодії в ході комунікації є розуміння задумів іншого, тому ефективна взаємодія неможлива без моделювання суб'єктами комунікації смислового поля своїх партнерів, що пов'язано зі складністю організації їх дискурсів. [Зарубежная и ..., 2003]. Споживач інформації повинен вміти реконструювати позицію автора в соціальній структурі і мати розвинені навички адекватного розуміння його інтенціональності [Адамьянц, 2015]. Щоб розуміти цілі інших суб'єктів і бути здатним конструювати спільний дискурс, приймаючи виважені самостійні рішення, дискурс суб'єкта повинен володіти достатньою складністю, порівняною зі складністю організації дискурсу іншого суб'єкта. Невміння розбиратися в інформації, неможливість зрозуміти її сенс, а головне – цілі авторів веде до помилок у власному цілепокладанні [Грачев, 1998], коли засіб досягнення мети (наприклад, вступ в якусь міжнародну організацію, що передбачає тільки ширші можливості для саморозвитку) оголошується кінцевою і єдиною метою розвитку.

Уміння індивідуального суб'єкта працювати з інформацією залежить від його соціальної зрілості. Вона забезпечується наявністю соціальних практик і множинністю соціальних комунікацій, включеністю в інформаційний простір соціуму, що дозволяє реконструювати роль трансльованої інформації в життєдіяльності суспільства. Суб'єкт здатний управляти організацією особистого інформаційного простору: йому доступні різноманітні канали отримання інформації, він регулює інформаційний потік, у нього вироблені критерії вибору інформації, які зумовлені уподобаннями споживача, сформованими в рамках його загальної культури.

Система освіти суспільства, частиною якої є медіаосвіта, організовує підготовку учнів до життя в інформаційному суспільстві. Грамотність суб'єкта можна розглядати як інструмент для читання знакових текстів, медіаграмотність – як інструмент суб'єкта інформаційного суспільства для роботи з інформацією, що зумовлює його медіакомпетентність. Термін «медіакомпетентність» визначає суть наявних у індивіда умінь використовувати, критично аналізувати, оцінювати і передавати медіатексти в різних видах, формах і жанрах, аналізувати складні процеси функціонування медіа в соціумі [Федоров, 2008]. Медіакомпетентність розглядається як частина медіакультури, яка має на увазі ще й дотримання учасниками конструювання спільного медіапростору деяких норм, що сприяють подоланню «розколу» в суспільстві в умовах модернізації [Кириллова, 2008]. Медіакультура – це культура споживання медіа, обговорення їх змісту з іншими суб'єктами, участі у виробництві медіаконтенту. Будучи частиною загальної культури в одній зі сфер життєдіяльності, вона неможлива без уміння суб'єкта, включеного в інформаційний простір соціуму, працювати з інформацією.

В рамках медіаосвітніх програм в 1980-і роки на передній план висувалося вміння організовувати самостійний пошук інформації в інтернеті. Надалі акцент в навчанні робився на вмінні брати активну участь в процесі формування інформаційних потоків, представляючи їх значення як для власної життєдіяльності, так і для суспільства в цілому, і вмінні вплинути на ці потоки в бажаному напрямку [Федоров, 2008]. Крім навчання людей вмінням організовувати свій інформаційний простір і своє перебування в ньому, система медіаосвіти має забезпечувати оволодіння технологіями управління організацією соціального контексту комунікації та можливостями своєї участі в конструюванні спільного дискурсу. Якщо організація політичної системи суспільства не передбачає можливість артикуляції альтернативних соціальних проектів устрою соціуму, то

медіакомпетентність і медіакультура індивідуальних суб'єктів не завжди надають їм можливість всебічно оцінити повноту запропонованої інформації і уникнути одностороннього впливу трансльованого дискурсу. Таке розуміння означає, що медіаосвіта індивідуальних суб'єктів суспільства виходить за рамки системи освіти. Вона повинна здійснюватися шляхом самоосвіти суб'єктів і в ході кожної комунікації, і в процесі життєдіяльності, коли вони як споживачі інформації зможуть реконструювати застосовані технології інформаційного впливу та використовувати це знання в подальшому.

У сучасних умовах інформаційна безпека суспільства забезпечується якістю соціетального дискурсу, який в ході соціалізації засвоюють індивідуальні суб'єкти, (ре)конструюють у своїй життєдіяльності і виявляють в конкуренції з носіями інших соціетальних дискурсів. У зв'язку з постійним оновленням знань зростає роль базового програмування, здійснюваного в дитячі роки сім'єю, системою освіти, суспільством, чії моделі організації комунікацій і способів конструювання спільного дискурсу будуть прийняті як зразок.

*Стратегії інформаційної безпеки суспільства* мають на увазі управління життєдіяльністю суспільства, простором соціальних комунікацій (включаючи інформаційний простір), самоорганізацією дискурсу. При організації інформаційної безпеки суспільства упор робиться на створення життєздатного суспільства, що об'єднує соціально відповідальних індивідуальних суб'єктів, які мають можливість брати участь в конструюванні соціетального дискурсу. У такому суспільстві управління інформаційним простором соціуму передбачає задавання стандартів якості інформаційного продукту шляхом створення конкуренції в середовищі самих ЗМІ і їх конкуренції з іншими соціальними інститутами, а також шляхом формування аудиторії, що складається з свідомих, критичних споживачів інформації, вимогливих до якості інформації. Мається на увазі,

що масові медіа, в першу чергу ключові телеканали, радіостанції та інтернет-портали (включаючи пошуковики, ключові новинні агрегатори і стрічки), які, як і органи державної влади, є частиною механізму управління суспільством, повинні бути виведені з-під зовнішнього управління .

Контрольований доступ до інформації з фрагментами дискурсу іншого суб'єкта дозволяє забезпечити умови комунікації, в рамках якої цей дискурс може бути реконструйовано і всебічно проаналізовано, включаючи обговорення переваг та недоліків. Індивідуальні суб'єкти повинні розуміти, що існують різні способи організації життєдіяльності суспільства і що універсальної схеми немає. У кожному суспільстві є свої плюси і мінуси, є ціна за досягнення свехблагополуччя (надспоживання) однією частиною суспільства, яка досягається за рахунок частини суспільства, за рахунок інших спільнот, за рахунок майбутніх поколінь. Включення в інформаційний простір фрагментів дискурсу іншого суб'єкта може бути способом самовдосконалення свого дискурсу, коли окремі форми організації життєдіяльності іншого суспільства можуть бути використані для власного розвитку. Присутність фрагментів дискурсів інших суб'єктів, які ознайомлюють із властивими їм стилями мислення, типами логік, прищеплює імунітет до можливих інформаційних вірусів і дозволяє конструювати більш складноорганізований дискурс.

Питання не тільки в контролі інформаційного простору, а й в топології розподілу інформації в соціальному просторі: важливо зберегти керованість структур (системи освіти, засобів масової комунікації, наукового середовища), які формують дискурси індивідуальної, масової та суспільної свідомості. Система самоорганізації дискурсу виконує рефлексивну функцію, здійснюючи моніторинг стану всіх сфер суспільства і відстежуючи стан суспільної свідомості, просування дискурсів інших суб'єктів, зміну ареалу свого дискурсу.

Суспільство повинно бути цікаво світу. Суспільство, яке не здатне транслювати інформацію (знаки, смисли життя, цілі розвитку), що представляє інтерес для інших, перестає існувати для іншого світу. Воно не може бути зразком унікальності, прикладом успішності в окремих галузях, законодавцем мод, втрачає можливість впливати на інші країни. Система самоорганізації дискурсу, пропонуючи програму його перетворень, повинна формувати таку якість дискурсу, яка дозволяє входження суспільства в міжнародні організації та участь в конструюванні їх дискурсу. Суспільство, яке не пов'язане комунікаціями з іншими товариствами, втрачає потенціал саморозвитку. Міжнародне співробітництво передбачає готовність до розуміння дискурсу іншого суспільства, корекції власного дискурсу і можливості конструювання спільного дискурсу в умовах спільної діяльності.

Визнання суспільства іншими країнами гідним співпраці є підтвердженням якості його дискурсу. Ця якість проявляється в наявності в суспільстві таких пріоритетів розвитку країни, згідно базових цінностей своєї цивілізації, які (і пріоритети, і цінності) можуть представляти цінність і для інших суб'єктів, і для міжнародної організації в цілому. Участь в конструюванні дискурсу міжнародних організацій є умовою поновлення дискурсу і забезпечення подальшого поліпшення його якості, завдяки можливості ознайомлення з досягненнями різних країн і збагачення новими практиками, які можна випробувати в діяльності міжнародних структур. Успішність розвитку суспільства залежить від того, наскільки його освіту, культура і наука відкриті до сприйняття і осмислення накопиченого людством досвіду.

Участь у діяльності міжнародних організацій в якості рядових виконавців може приносити користь суспільству, але може нести і не виправдані ризики. Не претендуючи на співавторство спільного дискурсу, ця країна приречена діяти за правилами, які конструюють інші країни і які

вони можуть в будь-який момент поміняти, враховуючи лише свої інтереси. Частина управлінських еліт суспільства може бути орієнтована на дискурс міжнародного співробітництва (що представляє собою дискурс іншого суб'єкта) як дискурс більш високої якості, що створює для неї можливості для подальшого кар'єрного просування. В інформаційному просторі суспільства інформація про міжнародне співробітництво, яке сприятливе для суспільства, буде створювати привабливий образ інших країн і сприяти просуванню їх дискурсу. Цьому ж, в кінцевому рахунку, сприяє і публікація міжнародних рейтингів, які складаються представниками окремих країн [Каримова, 2016]. Їх укладачі, маніпулюючи вибором показників для визначення положення країн в цих рейтингах, мають можливість впливати на їх авторитет і привабливість їх дискурсів в очах аудиторії, спираючись на підтримку якої, можна обґрунтовувати політику щодо цих країн.

Поширення дискурсу глобалізації, в якому не передбачено співавторство конкретного суспільства, може нести загрозу для останнього. У цьому суспільстві існує частина прихильників дискурсу глобалізації, в інформаційному просторі підтримується позитивний імідж «прогресивного» дискурсу глобалізації, на який орієнтується населення. Окремі суб'єкти системи самоорганізації суспільства починають спиратися на дискурс глобалізації, створюючи умови для його відтворення в суспільстві і збільшення кількості його прихильників. Частина управлінської еліти суспільства, яка спирається на традиційний дискурс, виявляється в заручниках політики міжнародних структур, які можуть, використовуючи своє становище, розгорнути кампанію по їх дискредитації. Розкол в управлінській еліті, розкол в суспільстві можуть привести до дезорганізації життєдіяльності суспільства, ще більше знижуючи його вагу в області міжнародного співробітництва та підриваючи значимість дискурсу цього суспільства. Непривабливість для громадян країни власного дискурсу

сприяє просуванню дискурсу інших товариств під маркою дискурсу глобалізації.

Для країн, які не беруть участі в конструюванні дискурсу глобалізації, міжнародне співробітництво може нести загрозу їх традиційному дискурсу, створюючи умови для просування дискурсів інших країн, більш успішних на сьогоднішній день. В таких умовах для окремої країни досягнення інформаційної безпеки стає неможливим. Розширене міжнародне співробітництво передбачає побудову спільної системи інформаційної безпеки, яка є частиною нового економічного, політичного і культурного устрою країн, які співпрацюють і їх системи колективної безпеки.

Створення сучасних технологій є запорукою міжнародного співробітництва та, відповідно, просування дискурсу країни в міжнародний інформаційний простір, підтверджуючи його якість і роблячи його привабливим для жителів інших країн. Це можуть бути технології в будь-яких сферах життєдіяльності суспільства: виробничій, соціальній, ментальній. Відмінна особливість нових технологій – їх інтегрований характер. Наприклад, інтернет є засобом комунікації, простором комунікації і сферою життєдіяльності суб'єкта, що програмує його дискурс.

У цих умовах для інститутів управління, в тому числі для парламентів і урядів, особливо важливим стає забезпечення власної присутності в інтернеті. Причому така присутність не повинна обмежуватися лише створенням сайтів, що представляють громадянам значний обсяг інформації про роботу відповідних державних структур. Не менш важливим є забезпечення за допомогою ресурсів інтернету прямої комунікації між громадянами і державою. Досягнення ефективності використання цих інструментів передбачає чітке визначення цілей он-лайнової дискусії і реальне використання досягнутих в ході дискусії результатів. Це веде до того, що в інтернеті починають діяти ті ж закони, що і в реальному житті. Багато країн зараз активно будують системи моніторингу свого простору,

інсталюють системи фільтрації інформації в інтернеті, розробляють законодавство про відповідальність за контент (багато мереж самі вводять редакційну політику, коли інформація з неналежним утриманням видаляється, а автори позбавляються доступу в мережу на деякий час). Однак подальший розвиток цих інструментів не може бути справою лише однієї держави, а вимагає згоди і широкого співробітництва різних країн.

Удосконалення технологій пов'язано з поступальним процесом розвитку, коли використання переваг від впровадження технологічної інновації сприяє переструктуруванню наявного соціального устрою на користь технологічного лідера, який буде автором нової редакції дискурсу світової спільноти. Подальше поширення інновації нівелює ці переваги, причому країни, що опанували технології, переходять до суб'єкт-суб'єктної парадигми комунікації, стаючи співавторами дискурсу. Управління поширенням технологій дозволяє забезпечувати умови для просування власного дискурсу. Організація міжнародної безпеки буде зумовлена парадигмою комунікації суб'єкта, який розробляє і впроваджує технічні інновації.

Суспільство, яке володіє більш сучасними технологіями забезпечення інформаційної безпеки, може, використовуючи «свободу слова», під якою мається на увазі відсутність контролю над поширенням інформації, домагатися просування свого дискурсу. Оскільки інтернет базується на технічній базі однієї країни, чи існує необхідність спільного управління або створення паралельних мереж на власній технічній базі. За умови, що пропонується світовим технологічним лідером модель світоустрою і суб'єкт-об'єктна парадигма комунікації, що лежить в її основі, не влаштовують інші країни і у них є технологічні та ресурсні можливості змінити існуючі порядки.

Інформаційна безпека суспільства досягається можливістю управління процесами (ре)конструювання соціального дискурсу і процесом



конструювання спільного дискурсу з суб'єктом впливу. Включення суспільства в системи міжнародної безпеки створює передумови для інформаційної безпеки окремого суспільства. Спільна система безпеки стає можливою, якщо всі країни, які беруть в ній участь, допущені в якості співавторів спільного дискурсу, в якому враховуються інтереси всіх країн, а не тільки найбагатших. Побудова системи, при якій створюється світ, безпечний для всіх учасників, гарантує носіям різних культурних, релігійних, мовних і цивілізаційних традицій захист від загрози нівелювання в рамках універсального світогляду.

### Висновки до розділу 6

Технології інформаційного впливу розглянуті як діяльність з конструювання механізмів інформаційного впливу, і як «діяльність над діяльністю», що забезпечує просування дискурсу суб'єкта впливу. Відповідно до запропонованої моделі соціально-психологічного інформаційного впливу (конструювання інформації, створення соціального контексту, програмування дискурсу) виділено такі типи технологій інформаційного впливу:

- інформаційні (конструювання інформаційних текстів);
- соціальні (конструювання колективного суб'єкта комунікації і соціальних структур, що створюють і поширюють інформацію);
- ментальні (діяльність з програмування соціетального дискурсу в різних сферах його функціонування: життєдіяльності суспільства, простору соціальних комунікацій, самоорганізації соціетального дискурсу).

Наведено приклади застосування технологій інформаційного впливу провідними світовими країнами (США, Китай, Росія), які будують інфраструктури, що займаються не тільки поширенням інформації, але і

просуванням власного дискурсу в світовому масштабі, претендуючи тим самим на авторство дискурсу глобалізації.

Виявлено, що стратегії інформаційної безпеки суспільства мають передбачати наявність у ньому якісного соціетального дискурсу, який дає можливість суспільству витримувати конкуренцію з іншими суспільствами, що використовують інші типи дискурсів. Визначено, що суспільство, яке ефективно функціонує; управління простором соціальних комунікацій; управління (ре)конструюванням соціетального дискурсу є, і умовами, і критеріями і результатами функціонування якісного дискурсу.

Розкрито, що в умовах глобалізації міжнародне співробітництво передбачає інформаційну відкритість і конкуренцію дискурсів країн при конструюванні дискурсу глобалізації, які можуть викликати негативні наслідки для дискурсів окремих країн. Основами інформаційної безпеки суспільства на міжнародній арені є:

- технологічна конкурентоспроможність держави, забезпечувана високим рівнем розвитку власної науки, що дозволяє протидіяти інформаційно-технологічним впливам інших країн;

- здатність організації міжнародних об'єднань, які створюють системи колективної інформаційної безпеки;

- участь у конструюванні дискурсу глобалізації в якості одного з його авторів.

## ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення наукової проблеми функціонування соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві, що втілилося у створенні універсального теоретико-методологічного конструкту, в межах якого забезпечено інтеграцію різних підходів до вивчення інформаційного впливу. На основі проведеного дослідження зроблено такі висновки.

1. В якості методологічного та методичного інструментарію вивчення процесів соціальної комунікації в постіндустріальному суспільстві, в ході яких відбувається інформаційний вплив і проявляються його механізми, обрано синергетику, положення якої дають можливість інтегрувати різні підходи до вивчення інформаційного впливу в універсальний теоретико-методологічний конструкт. Це дає змогу аналізувати соціальні явища і процеси, зокрема комунікативну самоорганізацію постіндустріального суспільства, що безперервно змінюється, з мультипарадигмальних позицій з урахуванням принципів самоорганізації складноорганізованих систем.

В ролі моделі процесів самоорганізації запропоновано розглянути створення тексту, в якому в єдине ціле інтегруються конструкти різної природи: фізичної (знаковий текст), соціальної (його автор) і ментальної (задум автора). Інформаційний вплив проаналізовано як частину процесу самоорганізації суб'єкта, що використовує інформацію. При цьому в контексті ситуації комунікації, що розгортається, споживач одночасно може бути розглянутий як автономний суб'єкт, як учасник спільного суб'єкта комунікації, як представник суспільства загалом. Як наслідок, стає можливим розширене розуміння ситуації комунікації, в якій вплив інформації опосередковано взаємодією учасників комунікації та інструментом комунікації, наявним у споживача інформації.

2. На основі проведеного аналізу запропоновано спосіб конструювання простору, в якому розміщуються існуючі теорії комунікації. Організація цього тривимірного простору відображає різні аспекти впливу: інформаційні, соціальні, ментальні. Осі цього семантичного простору складають компоненти комунікації: інформація, автор, спільний дискурс.

Особливості існуючих підходів до вивчення процесів комунікації зумовлені використанням різних парадигм комунікації – суб'єкт-об'єктної, суб'єкт-суб'єктної, метасуб'єктної, що передбачають різні способи взаємодії суб'єктів. В рамках цих підходів конструюються односторонні, двосторонні, синергетичні моделі комунікацій, що базуються на відмінних способах побудови колективного автора спільного дискурсу комунікації. В історичній перспективі характерною ознакою сучасних теорій стає наростаюча складність розуміння організації елементів комунікації: інформації, її автора, ментальної організації споживача інформації.

3. Розроблено синергетичну концепцію інформаційного впливу, в рамках якої його організовано за принципом тексту, коли інформаційний вплив розгортається в безпосередній вплив інформації, опосередкований вплив автора інформації, індуктивний вплив дискурсу автора інформації. Метою інформаційного впливу заявлено просування дискурсу суб'єкта впливу. Дискурс визначено як текст життєвого проекту в тексті життєдіяльності в якому містяться цілі автора. Отримання інформації як фрагмента дискурсу суб'єкта впливу запускає процеси самоорганізації споживача інформації, групового суб'єкта комунікації, суспільства загалом та призводить до змін в їх життєдіяльності.

Представлено схему просування дискурсу суб'єкта впливу в процесі комунікації, коли привабливість інформації спричиняє до того, що фрагменти дискурсу суб'єкта впливу стають частиною дискурсу споживача інформації. Це збільшує значущість дискурсу суб'єкта впливу в організації

соціетального дискурсу, а отже, дає можливість облаштувати життєдіяльність суспільства відповідно до цілей суб'єкта впливу.

4. Сконструйовано синергетичну модель соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу, в якій текстовий принцип організації соціально-психологічних механізмів (інформаційної, соціальної, ментальної природи) відтворюється в функціонуванні цих механізмів. Це призводить до того, що запропонована модель має властивості масштабної інваріантності.

Механізми інформаційного впливу представлено як складноорганізовану діяльність суб'єкта впливу з просування його дискурсу, що має текстову природу. До соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу віднесено конструювання знакового тексту інформації, створення соціального контексту ситуації комунікації, програмування дискурсу споживача інформації. У будь-якій діяльності суб'єкта з організації інформаційного впливу функціонують всі три соціально-психологічних механізми, проявляючись відповідно до природи і складності організації конструйованого тексту. Дія окремого механізму передбачає можливість розгортання різних структурних механізмів, що складаються з безлічі механізмів нижчого рівня залежно від наявних ресурсів, контексту ситуації і поставлених завдань.

Установлено компліментарність організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу та психологічних механізмів сприйняття інформації. Якщо суб'єкт впливу здійснює складання тексту(ів), то споживач починає сприйняття інформації з деконструкції тексту(ів). Взаємодоповнення цих процесів уможлиблює інформаційний вплив, що призводить до «засвоєння» фрагментів трансльованого дискурсу.

5. Доведено, що вивчення ефективності інформаційного впливу як оцінки діяльності суб'єкта впливу з просування його дискурсу передбачає аналіз витрачених зусиль суб'єкта впливу, отриманих результатів (змін, що відбулися з аудиторією) та досягнутих ним цілей. Показники ефективності

інформаційного впливу розробляються під конкретну кампанію, залежно від наявних ресурсів суб'єкта впливу, його цілей, термінів проведення кампанії.

Визначено низку факторів, здатних нівелювати ефективність просування дискурсу суб'єкта впливу: проблеми в організації інформаційної кампанії, успішна протидія опонентів, зміна значущості пропонованого дискурсу.

6. Установлено, що технології інформаційного впливу можна розглядати і як діяльність з конструювання механізмів інформаційного впливу, і як «діяльність над діяльністю», що забезпечує просування дискурсу суб'єкта впливу.

Виділено такі типи технологій інформаційного впливу:

- інформаційні (конструювання інформаційних текстів);
- соціальні (конструювання колективного суб'єкта комунікації і соціальних структур, що створюють і поширюють інформацію);
- ментальні (діяльність з програмування соціетального дискурсу в різних сферах його функціонування: життєдіяльності суспільства, простору соціальних комунікацій, самоорганізації соціетального дискурсу).

Наведено приклади застосування технологій інформаційного впливу провідними світовими країнами (США, Китай, Росія), які будують інфраструктури, що займаються не тільки поширенням інформації, але і просуванням власного дискурсу в світовому масштабі, претендуючи тим самим на авторство дискурсу глобалізації.

7. Виявлено, що стратегії інформаційної безпеки суспільства мають передбачати наявність у ньому якісного соціетального дискурсу, який дає можливість суспільству витримувати конкуренцію з іншими суспільствами. Визначено, що суспільство, яке ефективно функціонує; управління простором соціальних комунікацій; управління (ре)конструюванням соціетального дискурсу є, і умовами, і критеріями і результатами функціонування якісного дискурсу.

Запропоновано такі основні напрями забезпечення інформаційної безпеки суспільства:

– технологічна конкурентоспроможність держави, забезпечувана високим рівнем розвитку власної науки, що дозволяє протидіяти інформаційно-технологічним впливам інших країн;

– здатність організації міжнародних об'єднань, які створюють системи колективної інформаційної безпеки;

– участь у конструюванні дискурсу глобалізації в якості одного з його авторів.

У рамках запропонованої синергетичної концепції соціально-психологічні механізми інформаційного впливу у ситуації комунікації розгортаються в структуру складноорганізованої діяльності суб'єкта впливу з огляду на його завдання і наявні можливості в конкретній ситуації.

**Перспектива подальших досліджень** полягає у наповненні запропонованої синергетичної моделі соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу практичним досвідом відповідно до конкретних умов ситуацій комунікації і наявного наукового потенціалу дослідників.

## 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.

- Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики / П. Бурдые. – М. : Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. – 576 с.
- Бурдые П. Социология политики / П. Бурдые. – М. : Socio-Logos, 1993. – 336 с.
- Бурдые П. Социология социального пространства / П. Бурдые. – 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](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 структуризации / 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. "Текущая 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.

Десягин М. Г. Мировой кризис: Общая теория глобализации / М. Г. Десягин. – 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-znaniy/#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. ЛТІ. 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 публичных отношений / 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/#](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 говорят 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-revoluciya-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.
- Мазиллов В. А. Методология психологической науки / В. А. Мазиллов. – 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/ОТСНЕТ/ОТСНЕТ.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. Западная 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 приложения. 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](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/analytics/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](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. Испытание 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, 2013а. – 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, 2007а. – С. 240–246.

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

Плющ А. Н. Информационное влияние: смысловые трансформации понимания / А. Н. Плющ // Практична психологія та соціальна робота. – 2012а. – № 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. – 2007б. – 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, 2016а. – С. 108–118.

Плющ А. Н. Коллизии политической субъектности / А. Н. Плющ // Наук. студії із соц. та політ психології. – 2007с. – 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, 2014а. – С. 132–141.

Плющ А. Н. Конструирование образа России молодежью Украины / А. Н. Плющ // Дневник Алтайской школы политических исследований. – 2012в. – № 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. – 2011а. – Вип. 28 (31). – С. 287–297.

Плющ А. Н. Конструирование образа страны потенциальными эмигрантами / А. Н. Плющ // Психологічні перспективи. – Спецвипуск. – 2012с. – 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, 2013в. – С. 301–304.

Плющ А. Н. Конструируемый текст идентичности / А. Н. Плющ // Вопросы психологии. – 2018в. – № 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. – 2013с. – Вип. 14. – С. 29–38.
- Плющ А. Н. Моя хата с краю (опыт реконструкции языковой картины мира) / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2016с. – № 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. – 2010с. – 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, 2017а. – 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. – 2013е. – № 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, 2009а. – 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, 2009б. – С. 177–181.

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

Плющ А. Н. Синергетическая модель организации общества / А. Н. Плющ // Социологические исследования. – 2014с. – № 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. – 2012е. – Вип. 13. – С. 85–97.

Плющ А. Н. Социальное управление в информационном обществе / А. Н. Плющ // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. – 2017б. –

№ 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, 2017с. – 244 с.

Плющ А. Н. Технологии конструирования позитивного образа политических субъектов / А. Н. Плющ // Вісник Чернігів. нац. пед. ун–ту. – 2011b. – Вып. 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. – Вып. 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. – 2011с. – Вып. 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. – 2009с. – № 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.
- Поршнева Б. Ф. Социальная психология и история / Б. Ф. Поршнева. – 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](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>
- Сpirкин 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 соціальній 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. – 217 с.
- 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-Евროзнак, 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.

## ДОДАТКИ

### ДОДАТОК А

#### Список публікацій

#### ***А) Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації***

##### *1. Монографія:*

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

*2. Статті у наукових фахових виданнях, включених до переліку, затвердженого МОН України:*

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. уні-ту 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. *Статті в зарубіжних періодичних наукових виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз даних:*

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) Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації***

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 РАН. – 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) Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації***

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.

## ДОДАТОК Б

## Відомості про апробацію результатів дисертації

1. IV Всеукраїнська наукова конференція «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», Київ, 2005.
2. Наукова конференція «Курасівські читання – 2007: Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії», Київ, 2007.
3. V Всеукраїнська наукова конференція «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», Київ, 2008.
4. Всеросійська наукова ювілейна конференція, присвячена 120-річчю від дня народження С.Л. Рубінштейна «Психология человека в современном мире», Москва, 2009.
5. Міжнародна наукова конференція «Теория и практика российской политической психологии», Санкт-Петербург, 2009.
6. VI Харківські міжнародні психологічні читання «Психология в суспільстві, що трансформується», присвячені пам'яті О.М. Лактіонова, Харків, 2010.
7. Міжнародна науково-методична конференція «Интегративная психология: теория и практика», Ярославль, 2010.
8. VI Всеукраїнська наукова конференція «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», Київ, 2011.
9. Перший Всеукраїнський конгрес з соціальної психології «Соціально-психологічна наука третього тисячоліття: досвід, виклики, перспективи», Київ, 2010.
10. Всеукраїнська наукова конференція «Другі Сіверянські соціально-психологічні читання», Чернігів, 2011.
11. Всеукраїнська науково-практична конференція «Соціально-психологічні проблеми цілісності українського суспільства», Черкаси, 2012.

12. Інтернет-конференція «Современная Россия и мир: альтернативы развития (Информационные войны в международных отношениях)», Барнаул, 2012.
13. Всеукраїнська наукова конференція «Треті Сіверянські соціально-психологічні читання», Чернігів, 2012.
14. XIX Щорічна наукова конференція інституту соціальної і політичної психології, Київ, 2013.
15. Методологічний семінар АПН України «Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив», Київ, 2013.
16. XXIV заочна міжнародна науково-практична конференція «Инновации в науке», Новосибірськ, 2013.
17. II Міжнародна науково-практична конференція «Личность в изменяющихся социальных условиях», Красноярськ, 2013.
18. IX Міжнародний науковий симпозіум «Рефлексивные процессы и управление», Москва, 2013.
19. Міжнародна науково-практична конференція «Коммуникативные платформы для социальных и медийных инноваций», Москва, 2014.
20. Всеукраїнська наукова конференція «П'яті Сіверянські соціально-психологічні читання», Чернігів, 2014.
21. X Міжнародний науковий симпозіум «Рефлексивные процессы и управление», Москва, 2015.
22. Міжнародна науково-практична конференція «Развитие современной цивилизации: ответы на вызовы времени», Корольов, 2015.
23. XXII Щорічна наукова конференція інституту соціальної і політичної психології, Київ, 2016.
24. XVII Міжнародна теоретико-методологічна конференція «Социология жизни: теоретические основания и социальные практики», Москва, 2016.
25. Міжнародна наукова конференція «Общественное мнение и принятие политических решений на местном и глобальном уровнях: возможности и ограничения», Москва, 2016.

26. VIII міжнародна конференція «Советский дискурс в современной культуре: постколониальный аспект проблемы», Москва, 2016.
27. Всеросійська наукова конференція «X Ковалевские чтения», Санкт-Петербург, 2016.
28. XXIII Щорічна наукова конференція інституту соціальної і політичної психології, Київ, 2017.
29. VIII Всеукраїнська наукова конференція «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», Київ, 2017.
30. XI Міжнародний науковий симпозіум «Рефлексивные процессы и управление», Москва, 2017.
31. Всеросійська наукова конференція «XI Ковалевские чтения», Санкт-Петербург, 2017.
32. П'ята міжнародна науково-практична конференція «Философия и культура информационного общества», Санкт-Петербург, 2017.
33. Всеукраїнська науково-практична конференція «Психолого-педагогічне забезпечення громадської підтримки освітніх інновацій», Київ, 2017.