



МЕЗЕНЦЕВ Дмитрий Федорович

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ФАНТОМОВ

Об авторе:

Председатель Комиссии Совета Федерации Федерального Собрания РФ по информационной политике.

Президент «Центра Стратегических Разработок».

Кандидат психологических наук.

В наше время огромное влияние на сознание и подсознание человека оказывают средства массовой информации (СМИ). Они активно влияют на формирование и изменение политических установок личности. Вовлечение людей в процесс обмена информацией (в том числе и информацией заведомо недостоверной) порождает удивительные ситуации. Ведь **для человеческой психики нет принципиальной разницы между реальной ситуацией и воображаемой**. Для нее подлинно и то, что человек думает, и то, что он воображает. Вполне закономерно поэтому, что проблема экологии информации приобретает сегодня исключительное значение. Однако решение этой проблемы невозможно без всестороннего изучения закономерностей (или т.н. «психологических механизмов») влияния СМИ на формирование и изменение политических установок личности. Незавершенность, вплоть до недавнего времени,¹ психологической теории менталитета, отсутствие четких представлений о значении базовых психических ориентаций человека² порождали у работников СМИ нашей страны иллюзию прямолинейного, лобового воздействия информационных потоков. Однако политические события последних 15 лет убеждают в обратном: **лобовая пропаганда в преломлении как индивидуального, так и общественного сознания куда чаще становилась антипропагандой**. И наоборот: прямолинейная антипропаганда нередко превращалась в свою противоположность, воздействуя на форми-

рование политических установок личности совсем не так, как планировали ее творцы. Развитие и **совершенствование** электронных и печатных **СМИ привело к радикальным изменениям** в общественной психологии и даже **в самом способе мышления людей** последней четверти XX века. Исследование этих изменений и их взаимосвязи с разнообразными психолого-политическими состояниями общества и личности также становится одной из важнейших задач политической психологии.

Нынешняя роль средств массовой информации как важнейшего фактора политической борьбы – феномен относительно нового времени. До середины XIX века ни в одной стране мира, включая и наиболее развитые государства Западной Европы, **не существовало** главной его предпосылки – **механизма политического самоопределения личности** в масштабе всего социума.

Для подавляющего большинства людей в обществах того времени социальный статус жестко детерминировался фактом рождения, а вместе с ним наследовалась и возможная политическая роль в жизни. Видные представители местной родовой знати, выделявшиеся и своим имущественным положением, и образованием, являлись естественными лидерами для массы населения, очень далекой от каких-либо собственно политических интересов. (И в наши дни подобное положение более чем характерно для большинства азиатских и особенно африканских стран, где сохраняется монополия племенной знати и тесно связанной с ней местной интеллигенции на политическую деятельность. Роль средств массовой информации в этих условиях, особенно если принять во внимание крайнюю бедность и массовую негра-

¹ Вассоевич А.Л. Духовный мир народов классического Востока. (Историко-психологический метод в историко-философском исследовании) СПб., 1998.

² Вассоевич А.Л. Историческая психология и закон предопределенности базовых психических ориентаций. // Поиски исторической психологии. Ч.1, СПб., «Третья Россия», 1997.

мотность населения, сводится к роли рупора тех или иных группировок местной элиты, соперничающих классов и отдельных лидеров. Широкие круги населения, далекие от столиц, чаще всего узнают лишь итоги очередного раунда политических схваток из кратких радиосообщений (отсюда известный тезис «Вся Африка управляется по радио»), не имея никакой возможности повлиять на их течение.)

С наступлением XX века в большинстве развитых стран мира на смену «политике элит» пришла «политика масс», социальные грани в обществе потеряли прежнюю четкость и непреодолимость, а СМИ превратились в едва ли не важнейший инструмент обеспечения той или иной политической стратегии (как власти, так и оппозиции).

Однако средства массовой информации дают, как правило, не чисто информационные материалы – конкретные факты, цифры, тексты тех или иных заявлений. Скорее, они порождают то, что можно было бы назвать информационными конструкциями. Это понятие, по мнению автора, является одним из самых важных для правильного определения механизма воздействия СМИ на формирование и эволюцию политических установок населения, ибо позволяет по-новому поставить проблему достоверности и точности предлагаемой людям информации.³

Информационная конструкция (от латинского *informatio* «представление» + *constructio* «построение», т. е. «построение представлений») есть совокупность элементов информации, определенным образом соотносенных с заданной социальной и политической установкой.

Информационная конструкция строится из расчета ожиданий социальных и этнических групп, на которые опираются авторы материалов, руководители и издатели СМИ, деятели практической политики в стремлении охарактеризовать то или иное событие или объект с учетом как своих личных, так и групповых интересов. С точки зрения субъективного восприятия задача создателей информационной конструкции обычно состоит в том, чтобы охарактеризовать то или иное событие или объект с позиции данного средства массовой информации.

Информационная конструкция (а она может быть оформлена как обычное сообщение, статья, дикторский или журналистский комментарий, мнение специалиста и т.д.) представляет собой единство трех составляющих: информационных элементов, их соотношенности между собой и механизма интерпретации –

³ В общетеоретическом смысле, информация – это сведения об окружающем мире, используемые организмом (или машиной) в своей деятельности (Жуков Н.И. Информация. Философский анализ информации – центрального понятия кибернетики. Минск, 1966, с. 41)

политической установки на соответствующее восприятие данной информационной конструкции.

Каким же образом формируются искаженные представления о действительности, если для них нет никаких фактических оснований?⁴ По нашему мнению, здесь имеет место направленная аберрация сознания под воздействием определенной разновидности информационных конструкций, которые могут быть названы информационными фантомами.

Информационный фантом, сокращенно ИНФА, (от латинского *informatio* «представление» + греческого *φαντασμα* «призрак», т. е. «представление-призрак») есть совокупность достоверной, недостоверной и/или заведомо неполной информации, используемой как инструмент формирования требуемых социальных и политических установок.

Иными словами, ИНФА есть частный вид информационной конструкции, который преобразует с помощью «дезинформационных блоков» изначально достоверные или же частично достоверные элементы информации в сознании личности в ложную картину действительности. Аберрация сознания при восприятии информационного фантома вызывается преимущественно искажением истинной соотношенности между достоверной, недостоверной и/или заведомо неполной информацией и соответствующими психологическими механизмами ее интерпретации.

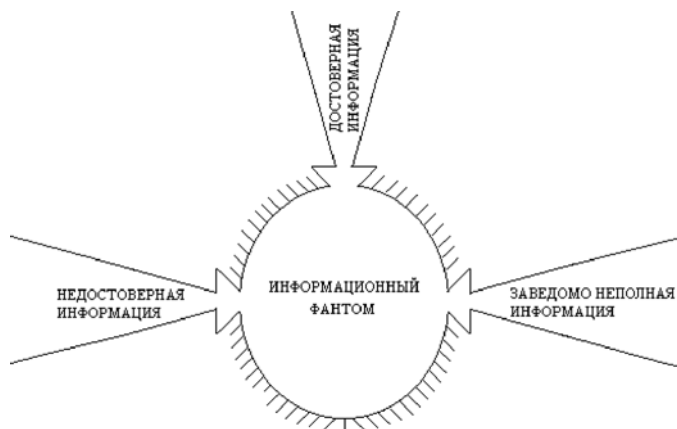
Информационные фантомы – сочетания достоверной, недостоверной и заведомо неполной информации – способны оказывать на формирование и изменение политических установок личности воздействие не меньшее, а зачастую и большее, чем поток абсолютно правдивых сообщений, но при условии, что информационная направленность фантома соответствует направленности психических ориентаций личности.

Хотя информационные фантомы (чисто теоретически) не имеют ограничений по объему информации, любой из них в каждом конкретном случае конечен по объему внесенной в его структуру информации. Объем информационного фантома соотносится с задачами воздействия и масштабами охватываемой аудитории.

Характеризуя структуру ИНФА, следует указать на три возможных источника и три составные части любого информационного фантома. Схематически три составляющие

⁴ Психологическое воздействие на зрителя оказывает даже порядок подачи информации: первоочередные сообщения по своему воздействию подавляют последующие. Достаточно вспомнить, что в сообщениях о событиях во Вьетнаме сначала подавалась информация об успехах американских войск и числе уничтоженных вьетнамцев, а затем уже – о потерях американцев, что создавало у зрителей оптимистическое настроение; обратный порядок следования информации угнетал телезрителей и радиослушателей.

ИНФА могут быть изображены следующим образом:



Скрытая политическая установка, определяющая направленность действия информационного фантома, **подобна компьютерному вирусу**, разрушающему программное обеспечение ЭВМ. Любопытно, что у личностей с высоким уровнем политического самоопределения, чьи политические установки хорошо защищены в силу их осознанности и убежденности, воздействие информационного фантома может вызывать сильную реакцию отторжения, выраженную не только на психологическом, но даже и на психофизиологическом уровне.

Говоря о роли информационных факторов как одного из величайших инструментов воздействия на эволюцию политических установок широких масс населения, необходимо подробнее остановиться на **механизме их функционирования**. Весьма действенным при создании информационных фантомов оказывается **постоянное многократное использование негативных стереотипов**.⁵ С помощью метода стереотипизации легко **пропагандируются ценности определенного образа жизни, социальные мифы, стандарты поведения**. Внедрение в сознание потребителей информации определенных иллюзорных стереотипов с помощью достоверной, недостоверной и/или заведомо неполной информации с целью формирования устойчивого общественного мнения – важнейшая задача каждой из соперничающих политических сил.

Истоки возникновения феномена информационных фантомов, возможно, **близки по времени к эпохе возникновения государственности**, когда для сохранения власти и государства были очень важны официальная пропаганда, желательное для

⁵ У. Липпман утверждал, что стереотипы – предвзятые мнения – управляют процессом восприятия. Из этого должны исходить СМИ при формировании общественного мнения. Стереотипы (стандартизированные представления, упрощенные образы) возникают в сознании человека под влиянием информации о событиях внешнего мира. В виду неадекватности внешнего мира его образам-стереотипам, стереотипы могут быть ложными, иллюзорными, так как человек воспринимает окружающий мир «по простой модели» (W. Lippman. *Public Opinion*. New York, 1961, p. 90, 16), подгоняя новое явление под образ, который уже существует в его сознании, стандартизируя все явления, факты; это является нормой, законом процесса познания.

власти изложение и истолкование происходящих в обществе событий. Многие наскальные надписи, стелы и глиняные призмы, повествующие о военных походах и прочих деяниях египетских фараонов, ассирийских и персидских царей, представляют собой настоящие информационные фантомы. То же самое можно сказать и о многих декретах афинского народного собрания, высеченных на мраморных плитах для всеобщего обозрения.

Следует сказать, что и большая часть историко-политической, церковно-политической и даже этнографической литературы человечества в той или иной мере оперирует информационными фантомами. Большая часть мемуарной литературы, особенно принадлежащая перу политических, государственных или же военных деятелей прошлого и современности, в изобилии предлагает читателю разного рода информационные фантомы, призванные оправдать или объяснить те или иные действия авторов воспоминаний.

В связи с этим представляется чрезвычайно важным выявить те **особенности механизма формирования информационного фантома**, которые отличают его от механизма формирования обычной информационной конструкции.

Конструирование информационного фантома начинается с **возникновения соответствующей установки** на то или иное понимание каких-либо сторон действительности, вторым же этапом здесь становится отбор той информации, которая должна в перспективе иллюстрировать правильность этого понимания. Иными словами, **если в обычной информационной конструкции первична информация**, которая нуждается в определенном осознании, **то в информационном фантоме первична осознаваемая установка**, нуждающаяся в иллюстрирующем материале.

Соответственно этому строится и подход к информационному потоку: **нужные для целей формирования фантома факты отбираются, а противоречащие им – опускаются** или же затемняются. Тем самым информационная конструкция фантома с самого начала носит заведомо выборочный характер. Наконец, завершающим этапом его формирования становится **соответствующее структурирование отображаемой информации, которое призвано создать впечатление целостности и логичности конструкции и подтвердить заложенную в ней установку**. Можно сказать, что формирование информационного фантома подобно исследовательской работе, строящейся по принципу «quod erat demonstrandum»,⁶ в которой выводы исследования лишь создают видимость их объективного получения.

Можно выделить **три главных признака** информационного фантома, отличающих его от обычной информационной конструкции:

- **Интерпретирующая установка фантома жестко сфокусирована и целеположена; ее направленность, как правило, не допускает раз-**

⁶ «Что и требовалось доказать» (лат.)

личных истолкований предполагаемой информации. Информационный фантом почти всегда является закрытой системой с четко обозначенными выводами, не допускающей альтернативных вариантов понимания данной информации.

- **Причинно-следственные связи** фантомной конструкции **во многих** своих звеньях **носят искусственный характер**; элементы информации структурированы **с нарушением генетической и иерархической соотнесенности** (частности выдаются за общие закономерности, и наоборот – процессы и явления, обусловленные различными причинами, объявляются взаимосвязанными, смешиваются факты из разных смысловых рядов и т.д.).

- **Отбор первичных элементов** информации для фантомной конструкции осуществляется **с направленной тенденцией**, причем возможны нарушения иерархии информации (менее важные, но подтверждающие установку конструкции-фантома факты предпочитают более важным, но противоречащим ей; в структуре информации обнаруживаются фактические провалы по логическим связям, маскируемые тем или иным путем). **Информация** для фантомных конструкций **отбирается**, как правило, **с нарушением принципа репрезентативности** (представительности) **выборки**, что затемняется с помощью искусственной группировки отобранных для фантома фактов.

Важно остановиться на проблеме предпосылок и механизмов действенности информационных фантомов, то есть на тех условиях, при которых они оказывают нужное воздействие на умы населения. **Далеко не каждый информационный фантом достигает своей цели**, существуют многочисленные примеры, когда их появление вызывает сильную реакцию отторжения.

Для действенности информационного фантома прежде всего **необходимо, чтобы скрытая в нем политическая установка** (интерпретирующая составляющая конструкции) **не находилась в прямом противоречии с политическими установками и традициями массы населения**. В противном случае при восприятии фантома происходит эффект «сшибки» (по И.П. Павлову) – столкновения новой установки с прежними, в результате которого старые установки зачастую одерживают верх и возникает отторжение предложенной фантомом конструкции. Именно поэтому заложенные в фантоме политические установки должны не открыто противоречить уже существующим, а как бы ревизовать их, ставя под сомнение те или иные ключевые звенья, тем самым постепенно расшатывая и делая более уязвимыми для информационной агрессии. В силу этого **наибольшей действенностью обладают не отдельные фантомные конструкции** сами по себе, **а совокупность** различных информационных фантомов с незначительными модификациями заложенной в них политической установки. Эта совокупность, образующая в целом

некий «мегафантом» (хотя ее внутреннее единство не всеми может осознаваться), мягко «обволакивает» уже существующие у людей взгляды и представления, неявно размывая их с разных сторон.

Для обеспечения действенности фантомной информационной конструкции **необходимо также отсутствие явных неувязок в причинно-следственных связях, образующих систему**. Искажения в них должны носить скрытый характер (например, реально существующие, но второстепенные факторы выдаются за главные, общая картина усложняется введением обилия частных и деталей, что открывает возможность неявного изменения их истинной соотнесенности и т.д.) **Ведущей тенденцией** при конструировании информационного фантома в этом отношении **является подмена доказательности внешней убедительностью**.

Наконец, немаловажным фактором эффективности информационного фантома является избегание открытых фактических ошибок при изложении знакомого человеку материала. **Факты, поддающиеся проверке, должны соответствовать истине**; фактические неточности могут присутствовать лишь в той информации, которая является для личности совершенно новой и в силу этого воспринимается с меньшей критичностью. Необходимый эффект должен достигаться не заменой достоверной информации на фальшивую, а принципиально иным истолкованием изначально правильных фактов. **Сомнительная же информация может вводиться в фантом в виде версий, различных оговорок, мнений каких-либо авторитетных лиц или цитат из каких-либо известных изданий и т. д.**

Подтверждением актуальности открытия и описания *информационного фантома* является, как это ни странно, сюжет последнего фильма популярной серии о Джеймсе Бонде «Завтра не умрет никогда». Согласно «раскручиваемому» сюжету, господин Карвер – глава всемирной «медиа-империи», имеющий в своем распоряжении десятки мировых газет, телекомпаний, развитую информационную структуру и даже собственные спутники связи, – позволяет себе принять решение о смене правительства в Китае только потому, что эта страна с миллиардным населением еще не стала частью рекламно-информационного рынка, который развивается под жестким контролем со стороны «медиа-империи». Пользуясь нашей терминологией, можно сказать, что *информационный фантом*, разработанный Карвером, ставит человечество на грань третьей мировой войны. Приключенческий сюжет отнюдь не умаляет серьезности поднятой фильмом темы. **В XXI веке человечество легко может стать заложником фантомных макро-информационных конструкций**, продуцируемых различного рода политическими игроками, **если психолого-политическая наука не выработает совершенных методов их распознавания**.