

МЕХАНИЗМЫ ВЛИЯНИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКУЮ ПСИХОЛОГИЮ И ПРАВОСОЗНАНИЕ ЛЮДЕЙ ЧЕРЕЗ СМИ

ЖЕЛЕЗНЯК А. В.

АННОТАЦИЯ

В данной статье поднимается проблема влияния агрессивного информационного поля на сознание и политическую психологию людей, описывается технология «Окна Овертона» и общая роль СМИ в становлении политической системы государства.

Ключевые слова: СМИ; политическая психология; механизмы воздействия; информационное поле.

THE WAYS OF INFLUENCE ON THE POLITICAL PSYCHOLOGY AND SENSE OF JUSTICE OF PEOPLE WITH THE HELP OF MEDIA

ZHELEZNYAK A. V.

ABSTRACT

This article describes the problem of influence of aggressive information field to consciousness and political psychology of the people, describes technology «The Overton Window» and general role of the media in the formation of the political system of the state.

Keywords: Media; political psychology; mechanisms of action; information field.

Актуальность вопроса влияния средств массовой информации в XXI веке неоспорима. С середины XX века неуклонно растет охват вещания телеканалов и радио, позже появляется глобальная сеть Интернет. И уже ни один из нас не представляет свою жизнь без средств обмена информацией и без средств масс-медиа. Но такая привязанность не только положительна, как источник информации, но и очень опасна, как источник мощного информационного давления и воздействия.

В данной статье хотелось бы дать анализ влияния средств массовой информации на политическую психологию и правосознание масс и остановиться на таком приёме как The Overton Window («Окно Овертона»).

В XXI веке средства массовой информации (далее СМИ) становятся не только одной из сфер общественной жизни, но и огромной силой. С каждым годом скорость информатизации и глобализации растет, и человек буквально тонет в бушующем потоке информации. Если во времена тоталитарного государства СССР можно было жаловаться на ограниченность доступа к информации и низкий уровень информированности граждан относительно различных негативных событий, то теперь СМИ могут легко спекулировать информацией и выдавать её так, как считают нужным. Основной целью информационного воздействия является необходимость формирования нужного политического выбора среди граждан, а также внедрения политических установок, поддерживающих стабильность действующей власти. Политическая деятельность – это информационная борьба за управление психикой элиты и социальных групп общества [12, с.16]. Также стоит отметить важность воздействия на правосознание с помощью СМИ. Правосознание – совокупность

представлений и чувств, выражающих отношение людей к праву и правовым явлениям в общественной жизни [16, с.324]. Из данного определения можно сделать два важных вывода, которые дадут ключ к пониманию необходимости систематического воздействия на правосознание людей: во-первых, от уровня правосознания зависит отношение граждан определённой страны к праву в целом, а также к изменению влияния права на общественную жизнь. Таким образом, стоит понимать, что от правильно сформированного правосознания и политической психологии масс зависит жизнеспособность политической надстройки, т.е. государства.

Контролируемое изменение психологии граждан страны – явление, которое носит необходимый в условиях глобальной информационной борьбы характер. Плюрализм мнений, который складывается в демократической системе средств массовой информации, носит иллюзорный характер. Зачастую множественность и иллюзия выбора носит одну цель – изменить общественное правосознание, политическую психологию, внедрить в коллективное сознание ложные образы, подтолкнуть народ к неверным решениям. Невозможно не согласиться с Панариным И.Н, который пишет, что «...идёт пятая мировая война – информационно-интеллектуальная. Ведется она на новых фронтах: культурном, цивилизационном, этническом, религиозном и т.д.» [11, с.7].

Появление нового типа войны, который получил название «информационной» или «информационно-психологической» (условно называем «латентной» войной, второй стадией «информационной войны») и относится именно к 90-м годам XX века. Информационное воздействие поступает по многочисленным каналам междуна-

родного коммуникативного пространства (СМИ, кибервлияние, массовая культура и др.); инициирует отдельных индивидов и социум в целом на действия по определенной программе, вопреки их собственным интересам и тем самым провоцирует глобальные изменения мироустройства в интересах субъекта манипуляции [9, с.37].

Таким образом, в условиях глобальной информационной войны относиться к СМИ как к невинным проводникам истины и справедливости очень сложно. Необходимо очень скептически и разборчиво подходить к той информации, которую мы получаем.

На роль СМИ существует несколько взглядов, официально в школьных программах обществознания и ряде учебных пособий по теории государства и права доминирует точка зрения, сводящаяся к тому, что СМИ можно выделить в некую «четвёртую ветвь власти». «Эта четвертая власть оказывается не метафорой, а реальной, хотя и специфической властью, обладающей мощным воздействием на общественные отношения», – декларирует Венгеров А.Б. [4, с.68]. Хотя ряд исследователей ставит власть СМИ даже на первое по значению (из всех ветвей власти) место [8], воспринимать власть СМИ возможно только как некоторую метафору. Т.В. Науменко пишет, что «журналистика – четвертая власть» – есть сугубая метафора. Журналистика является четвертой властью «в той же мере, в какой хлопок является «белым золотом», нефть – «черным золотом», Москва – «третьим Римом», а Петербург – «северной Венецией» [15].

Институционализация СМИ требует свободы от других ветвей власти, а данная свобода крайне иллюзорна. Безусловно, СМИ являются элементом политической системы общества, но в отличие от других её частей – не отличаются самостоятельностью. Чаще всего за деятельностью СМИ стоит или государство, или крупная олигархия, или иная политическая сила. В таком ключе независимость СМИ является лишь одним из демократических клише [17, с.193]. Фактически современные масс-медиа представляют собой не механизм сбора и распространения информации (в чем неумолимо убеждают общественность журналисты), а выступают в качестве ее творцов и цензоров. Они создают информацию в соответствии с поставленными перед ними задачами, придавая ей вид, отвечающий интересам тех, кто контролирует СМИ [3, с.141-149].

Таким образом, более предпочтителен вариант СМИ не как отдельной ветви власти, а как орудие в руках самого государства и мирового сообщества для реализации своих планов.

Но для продвижения идей недостаточно иметь контроль над СМИ, на первое место в информационной войне выходит общественное мнение и вытекающая необходимость формирования политической психологии и правосознания. Так любое крупное событие, связанное с большим напря-

жением человеческих ресурсов и бюджетными затратами, необходимо правильно преподнести и провести целенаправленную подготовку населения той или иной страны. Так, например, очень скрупулёзно разрабатывались и осуществлялись мероприятия по освещению событий в Косово в мировых СМИ с целью формирования позитивного общественного мнения к американской армии как внутри собственной страны, так и у международной общественности [12, с.125]. Важную роль играет государственное регулирование в сфере СМИ. Так с начала 2000-х годов проводится целенаправленная политика по «выдавливанию» либерально-оппозиционной прессы и масс-медиа в «маргинальную нишу» [10, с.59-63].

Россия является одной из наиболее важных мировых мишеней в информационном противостоянии. Так наблюдается некоторый парадокс в западных СМИ: образ нашей страны даже в критические ситуации холодной войны был наиболее положительный, чем сейчас [11, с.239]. Несмотря на то, что в прессе была объявлена политика «перезагрузки» [13] после ряда кризисных явлений в северной Африке («Арабская весна»), а также на фоне разгорающейся гражданской войны в Украине – данная политика прекратила своё, пусть даже фиктивное и декларативное существование.

В условиях необходимости влияния на сознание людей, в условиях информационного противоборства различных стран и культур основной задачей становится создание мощного информационного поля, а эффективность информационного воздействия зависит от того, насколько близко оно ожиданиям и настроениям целевой аудитории [2, с.18]. Таким образом, можно привести формулу:

$$F_{AB} = kq_{AB}g_{AB}f(R_{AB}),$$

где F_{AB} – вектор силы, k – коэффициент, отражающий свойства внешней среды; q_{AB} – величина «информационного заряда», который характеризуется ресурсной и информационной составляющей [1, с.2-10], g_{AB} – величина, характеризующая избирательную восприимчивость, а $f(R_{AB})$ – функция информационного расстояния R_{AB} между А и В.

Можно определить, что сила информационного воздействия зависит напрямую от восприимчивости конкретного человека и группы людей в целом. С помощью информационных воздействий можно трансформировать сознание индивидов, изменять их локализацию в информационном пространстве и тем самым управлять их поведением [2, с.18-19].

Ярким примером изменения политической психологии и правосознания могут послужить события в Украине. Если на протяжении всей советской истории и двух последних десятилетий даже западная часть Украины, которая исторически не любит русских, относилась к внутренней и внешней политике своего государства лояльно и поддерживала пророссийские настроения, то в ходе очередной

революции, которая открыто была поддержана США [5], сторонники евроинтеграции радикально изменили свои взгляды на националистические. Виной тому активная информационная деятельность, создание мощного «информационного поля», пропаганда абсолютно радикальных идей и создание информационной блокады для населения.

Так по мнению некоторых исследователей США в Украине уже выстроили целую сеть НГО: аналитических, юридических, правозащитных, масс-медиа, по подготовке политических активистов и наблюдателей на выборах [14, с.50], что активно и проявилось в свержении президента Януковича и в политическом расколе в 2013-2014 годах.

Но что делать, если информация, которую необходимо внести в психологию, выходит за рамки морали нормального человека. На этом моменте стоит остановиться конкретнее. В тот момент, когда информация в изначальном состоянии носит характер неприемлемой в игру вступает *The Overton Window*. Автором теории является Джозеф Овертон, доктор юридических наук *Thomas M. Cooley Law School*. Он внёс большой вклад в развитие свободного рынка и политологию, но самой интересной является его теория движения информации от простой идеи до закона страны. После смерти Овертона его коллега Джозеф Леман провёл конференцию и представил теорию «Окон политических возможностей».

В самом абстрактном виде данная теория описывает изменения политики внутри государства в любой из области областей нашей жизни: «...пока ситуация в стране нормальная и устраивает политика «окно» не двигается, если существует боязнь не дожить до следующих выборов, то «окно» расширяется и та политики которая недавно была неприемлемой становится нормальной». Джозеф Овертон описал как совершенно чуждые обществу идеи могут стать для каждого из нас нормой и закрепиться в форме закона. Данная технология складывается из нескольких стадий продвижения идеи:

1. Немыслимые идеи.
2. Радикальные идеи.
3. Приемлемые идеи.
4. Разумные идеи.
5. Популярные идеи.
6. Закрепление идеи как политической нормы или закона

Так на первом этапе индивидуальная восприимчивость к немыслимой идее нулевая и F_{AB} будет равно нулю при любой величине «информационного заряда» и усердию пропаганды, соответственно на первом этапе необходимо изменить мнения хотя бы части общества до коэффициента выше нуля. Для этого можно использовать такие приёмы, как авторитетные мнения учёных, исследования и создание небольших колебаний в научной среде, т.к. наука не должна отчуждаться от любых идей и исследует

всё. Так, например, идея реставрации фашизма, являющаяся неприемлемой для СССР послевоенного периода, наиболее активно начинает муссировать с его распадом в научных кругах, увеличивается число нейтральных отзывов и различных мнений. Немаловажную роль, конечно же, играет влияние Запада на внутреннюю политику России после распада СССР.

Во-первых, на данном этапе развития наше государство сложно было назвать суверенным, политика крайне сильно навязывалась Западным сообществом, также после дефолта 1998 года сложно говорить о финансовой самостоятельности.

Во-вторых, после ослабления цензуры и падения режима партотократии в Россию хлынул информационный поток, сметающий всё на своём пути. После исследований мнения граждан России относительно праздника Великой победы было выяснено, что если в 2003 году 83% граждан назвали 9 мая важным и значимым днём, то в 2005 уже 91% респондентов ответил положительно о данном дне [11, с.250]. После чего была развязана настоящая информационная агитация против значимости победы Русского оружия и народа над фашизмом. На первом этапе общество, которое еще абсолютно не солидарно с идеологией фашизма, должно задать вопрос: «А настолько фашизм невыносим?».

На втором этапе подключаются неонацисты и группы националистов. Они всё еще вне закона, но о них всё больше и больше говорят, они объект насмешек большей части общества, но, тем не менее, они находят множество сторонников.

Когда общество начинает всё меньше отторгать идеи фашизма «Окно» переходит в третью стадию, на которой арсенал информационного воздействия уже максимален. Это и открытая агитация, и дезинформация, и навязывание пропаганды. Так, например, в 2005 году Джордж Буш направил президенту Латвии – агрессивной русофобке Вайре Вике-Фрейберге – письмо, в котором признал факт советской оккупации стран Восточной Европы и Прибалтики после Второй мировой войны [11, с.251].

Таким образом, в глазах мирового сообщества победа СССР дискредитируется и подвергается сомнению, и хотя в России очень сильна память в истинные исторические факты, но молодое поколение Западных стран да и нашей страны уже находятся под сильнейшим искажением фактов истории.

В этих условиях информационным агрессорам уже необходимо увеличивать «информационный заряд» исходя из формулы:

$$q_{ab} = \int_{T_0}^T F_{zan}(\Phi_A; I_u) dt,$$

где главную роль уже играют Φ_A – финансовые ресурсы, выделяемые стороной А на информационную кампанию, и I_u – инновационная («при-

тягательная») составляющая информационного воздействия [2, с.18].

А так как на уровне глобальной политики ни денег, ни времени не жалко, то величина воздействия будет огромной. Инструментарий для продвижения своих идей у Запада огромен! Окружив Россию кольцом стран-предателей с прозападным правительством (Грузия, Украина), и за счет привлечения их ресурсов для пропаганды при попустительстве в собственной политике, можно ожидать победы такой компании. Такое агрессивное и хамское поведение со стороны прошлого Грузинского (а ныне и Украинского) руководства возможно только в условиях абсолютного содержательного вакуума и отсутствия осмысленной российской политики [7, с.52-57].

На четвертом и пятом этапе идеи фашизма (или любые другие) переходят в статус разумных и популярных, всё больше людей признаёт их крайне эффективными и умными, так как они, по их мнению, полностью удовлетворяют интересы страны, процветание и прочее. Всех же тех, кто не согласен с новой политикой подвергают обструкции и высмеивают, выставляют психически нездоровыми.

Такая ситуация наблюдается сейчас в странах всё той же Прибалтики, в которой абсолютной нормой стали парады воинов СС и дискриминация русских по национальному и языковому принципу. У здравомыслящих людей возникающий когнитивный диссонанс может находить отражение в эмоциональной, интеллектуальной и поведенческой реакциях, но это способствует углублению эффекта манипулирования, так как известно, что человек становится наиболее подверженным целенаправленным воздействиям извне именно в состоянии подавленности или страха [6, с.91].

На этой стадии обратного пути уже нет, последние группы здравомыслящих людей изолируются в меньшинстве и последнее, что остаётся сделать – это закрепить идею в виде закона.

Единственным методом борьбы индивида остаётся сознательное интеллектуальное противодействие самой личности, стремление к осмыслению явлений окружающего мира [6, с.92]. На уровне же государств необходимо вести независимую политику и быть истинно суверенными, максимально ограждая себя от агрессивного и разрушающего информационного воздействия со стороны иных государств, блокировать вмешательство в национальную систему СМИ и законодательства.

В России предпринят ряд шагов по пресечению действия НГО, стало уголовно наказуемой реабилитация фашизма, ряд откровенно прозападных СМИ были закрыты. Все эти решительные действия власти внушают уверенность, что Россия сможет устоять в этой агрессивной и бескомпромиссной информационной битве различных культур, ценностей и цивилизаций.

Список литературы

1. Бухарин С.Н., Ковалев В.И., Малков С.Ю. О формализации понятия информационного поля // Информационные войны. – 2009. – №4(12). – С. 2–10.
2. Бухарин С.Н., Малков С.Ю. К вопросу о математическом регулировании информационных взаимодействий // Информационные войны. – 2010. – №2. – С. 14-21.
3. Ваджра А. Путь зла. Запад: матрица глобальной гегемонии. – М.: АСТ, Астрель, 2003. – 544 с.
4. Венгеров А.Б. Теория государства и права. 3-е изд. – М.: Юриспруденция, 2000. – 528 с.
5. Госдеп: США вложили 5 млрд.долларов в «поддержку демократии» на Украине. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru/world/20140422/1004886020.html#13982668941574&message=resize&relto=login&action=removeClass&value=registration> (Дата обращения 23.04.14)
6. Збруева Н.А. Информационная безопасность личности. Культурологический аспект. // Информационные войны. – 2008. – №3 – С.90-97.
7. Канищев П. А. Сетевая война США против России: поле битвы – Грузия. // Информационные войны. – 2008. – №3. – С.52-57.
8. Ключников Б. О глобализации, новом тоталитаризме в России. // Наш современник. – 2000. – №5.
9. Любимова Т.М. Манипуляция сознанием как вербальная технология латентной информационной войны // Информационные войны. – 2008. – №1. – С.34-41.
10. Мошкин М.С. Российские масс-медиа в контексте информационных войн. // Информационные войны. – 2008. – №2. – С.59-64.
11. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. – М.: Издательство «Поколение», 2006. – 560 с.
12. Панарин И.Н., Панарина Л.Г. Информационная война и мир. – М.: Олма-Пресс, 2003. – 319 с.
13. Перегрузка России и США: продолжению быть? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru/analytics/20120306/585738803.html#13982657058653&message=resize&relto=register&action=addClass&value=registration> (Дата обращения: 23.04.14)
14. Слисаренко И. Ю. Внешнее влияние на Украину: история, источники, средства. // Информационные войны. – 2009. – №4. – С.47-57.
15. Науменко Т.В. «Четвертая власть» как социологическая категория. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.intelros.ru/2007/07/06/print:page,1,tv_naumenko_chetvertaja_vlast_kak_sociologicheskaja_kategorija.html (Дата обращения 23.04.14)
16. Теория государства и права / Под ред. Корельского В.М., Перевалова В.Д. – М.: Инфра-М, 1997. – 570 с.
17. Теория государства и права: учебник / под общ.ред. О.В.Мартышина. – М.: Норма, 2009. – 496 с.