ФГОУ ВПО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет информационных технологий и управления

Кафедра государственного и муниципального управления

Специальность Государственное и муниципальное управление

Форма обучения очная

Курс 4 , группа 2\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Махмутова Алия Рафиковна\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(Фамилия, имя, отчество студента)*

Тема \_\_\_\_ Модели информационных технологий воздействия на массовое сознание\_\_\_\_\_

РЕФЕРАТ

По дисциплине «Управление общественными отношениями»

«К защите допускаю»

Руководитель

\_\_\_\_ к.с.н., доцент, Ураев Р.Р. \_

*(ученая степень, звание, Ф.И.О.)*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись)*

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 \_\_г.

Оценка при защите

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись)*

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 20 \_\_г.

Уфа 2010

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИЙ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ ……………………………………………………….5

2 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ 9

2.1 Теории прессы 9

2.2 Модели информационного воздействия 11

3 МЕХАНИЗМ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ 15

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 19

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 21

**ВВЕДЕНИЕ**

Тема моего реферата – «Модели информационных технологий воздействия на массовое сознание».

Сегодня, в самом начале XXI века, все мы являемся свидетелями невиданной информационной мощи, достигнутой человечеством благодаря стремительному развитию информационных технологий. Научно-техническую революцию сменила революция информационная, в ходе которой создается новое «информационное общество». Информационные связи играют жизненно важную роль во всех областях человеческой деятельности. Информационные ресурсы общества становятся в настоящее время определяющим фактором его развития как в научно-техническом, так и в социальном плане. Это все характеризует актуальность выбранной мною темы.

Наряду с традиционными средствами информационной связи (телеграф, телефон, радио и телевидение) сегодня очень широко применяются такие системы электронных телекоммуникаций, как электронная почта или факсимильная передача информации. Новейшие информационные технологии обеспечивают быструю двустороннюю управляемую связь, использующую звук, изображение, буквенно-цифровые данные, а также комбинации различных видов информации, известные под названием «мультимедиа» и «гипертексты». [10]

Объектом исследования данной работы является массовое сознание людей.

Предмет исследования непосредственно составляют модели информационных технологий воздействия на массовое сознание.

Целью данного реферата является ознакомление с моделями информационных технологий воздействия на массовое сознание, а также выработка более новых методов воздействия на массовое сознание.

Для достижения поставленной цели определяются следующие задачи:

* изучить теоретические основы технологий воздействия на сознание человека;
* определить механизм воздействия на массовое сознание;
* изучить новые технологии воздействия на массовое сознание.

Интеграция средств связи, объединение их с компьютерными сетями позволяет создавать мощнейшие системы для хранения огромных объемов данных и их скоростной обработки. Подключение к международной сети интернет дает возможность вхождения в информационное пространство мирового сообщества, что открывает доступ к источникам информации в любой части нашей планеты и одновременно позволяет сделать новую генерируемую человеком информацию достоянием всего человечества, способную влиять на многие процессы.[12]

Теоретическую и методологическую основу исследования составляют научные исследования в области влияния на массовое сознание таких авторов как Ю.К.Федулов, В.С.Комаровский, В.М.Горохов, А.Н.Чумиков и др.

Реферат состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка.

В первой главе мы рассмотрим теоретические основы технологий воздействия на сознание человека.

Во второй главе мы изучим существующие теории прессы, а также модели информационных технологий воздействия на сознание.

Третья глава будет посвящена механизмам воздействия на массовое сознание.

Изучение моделей информационных технологий воздействия на массовое сознание в современном обществе является необходимостью, поскольку очень важны процессы, происходящие в мире. И правит поистине тот, кто владеет информацией, и использует ее в своих целях.

**1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИЙ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ**

«Информационное общество» породило особый пространственно-временной феномен, который являет собой невиданную прежде информационную инфраструктуру, называемую «киберпространством» или «инфосферой». Понятие «информационной сферы» непосредственно связано с представлением о многомерности и многоплановости информации, форм и методов ее производства, кодирования, хранения, переработки и передачи, а также с определением роли и места человека в данной инфраструктуре.

Сущность «инфосферы» раскрывается через совокупность информационных процессов как результат конкретной деятельности человека, его способности активно, целенаправленно реагировать на поступающую информацию, постоянно расширяя зону ее восприятия, производства и передачи. [6]

Наше время продемонстрировало возросшие возможности информационного воздействия на массовое сознание. В числе ярких примеров информационной воздействия можно назвать холодную войну СССР-США, приведшую к распаду СССР.

Как сообщают некоторые руководители отечественных СМИ, так называемые «борцы за правду» уже обратились к ним с предложениями выдать нечто сенсационное. Недругов известных личностей ожидает ворох разоблачений - от предания гласности пикантных подробностей личной жизни до обвинений в коррупции. В прошлом страны жили, потребляя вырабатываемую в них самих информацию, поэтому она не могла нести принципиально разрушительного характера. Современные информационные технологии привнесли совершенно новые сообщения, к которым массовое сознание не смогло адаптироваться. [3]

Если внутренние препятствия реформам непреодолимы - а именно это и наблюдается во многих развивающихся обществах, - то реакцией на новую информацию может быть, с одной стороны, массовая миграция в богатые регионы мира, а с другой - уход в фундаментализм и отрицание западных ценностей. Следует также признать, что современный человек, считая себя вполне рациональным существом, оказался не готовым управлять столь же эффективно эмоциональной коммуникацией, как это он делал с коммуникацией рациональной. В случае рекламного и пропагандистского воздействия под видом рациональных аргументов на человека обрушивается именно эмоциональная информация. [7]

Информационная воздействие, как психологическая война, поскольку она носит в определенной степени скрытый характер, в ней оказываются «спутанными» реальный отправитель сообщения и реальный «получатель» того же послания.

Во-первых, обычная война обладает известным и четким арсеналом воздействия. Из-за его предсказуемости возможно построение определенного рода оборонных мероприятий. Ситуация становится иной в случае войн информационных. Арсенал воздействия в них характеризуется достаточной долей гибкости и непредсказуемости. По этой причине не так легко строить те или иные варианты обороны. Хотя некоторые эксперименты ведутся и в этой сфере. В соответствии с ними возможна определенная «вакцинация» мышления против введения альтернативной точки зрения. Получив и обсудив ее заранее, человек по-иному ведет себя в случае реального получения контраргументации. Сходно Д. Майерс рассуждает по поводу воздействия в рамках современных религиозных сект: «По той же причине религиозным проповедникам следует остерегаться создавать «стерильную идеологическую среду» в своих церквах и школах. Атака, которую удалось отразить, способна скорее укрепить человека в его позиции, чем запугать, особенно если предпринятые нападки удается обсудить с единомышленниками. В сектах этот принцип используется для предупреждения возможных атак на новую веру со стороны членов семьи новообращенных или их старых друзей. Когда ожидаемая атака начинается, сектант уже вооружен контраргументами». Однако в большинстве случаев, о которых говорим мы, касаясь информационного воздействия, отсутствует возможность предугадать направление и инструментарий возможной атаки.

Во-вторых, в случае войны обыкновенной территория захватывается полностью, в случае информационной войны возможен поэтапный захват. Вероятна отдельная работа с лидерами мнений, с молодежью и подростками, т.е. при сохранении всеобщей нормы отдельные участки могут выводиться из-под влияния. Информационная война в этом плане выглядит как «мирная война», поскольку может идти на фоне всеобщего мира и благополучия.

В-третьих, еще одной особенностью информационной воздействия является возможность многократного «захвата» одних и тех же людей. В рамках войны обыкновенной действует логика «да-нет», в случае информационного воздействия вариант нечеткой логики, когда оценки могут даваться с определенной вероятностью (на 40%, на 60% и под.). Более того, одновременно на человека могут действовать разные «противники».

В-четвертых, в обыкновенной войне те, кто завоевывает территорию, и те, кто потом ее осваивает, являются разными людьми и выполняют различные социальные роли. В случае информационного воздействия эти позиции совпадают. Информационное воздействие во многом стирает и другое четкое разграничение – «друг/враг». Можно считать кого-то союзником, хотя на самом деле он является врагом. У человека же могут быть подвержены захвату те или иные его характеристики, другие же характеристики, обращенные вовне, оказываются вполне нормальными.

В-пятых, человек не в состоянии реагировать на невидимое воздействие, подобное радиации. Более того, это воздействие, по сути, может облекаться в доброжелательную форму, на которую даже чисто биологически человек не готов отвечать агрессивно.

В-шестых, информационное воздействие действует избирательно, охватывая по-разному различные слои населения. К примеру, обилие продуктов в магазинах у части населения вызывает положительную реакцию, а у тех, у кого нет денег, реакция может быть отрицательной. Обычное же оружие действует для любой части населения одинаково.

В-седьмых, следует признать основной опасностью информационного воздействия отсутствие видимых и четких изменений в жизни страны, населения, того, на кого было направлено данное воздействие. Население даже не ощущает, что оно подвергается воздействию. В результате общество не приводит в действие имеющиеся в его распоряжении защитные механизмы. Чувство опасности, выработанное для адекватного функционирования в иных ситуациях, в этом случае не срабатывает.[14]

**2 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ**

**2.1 Теории прессы**

В теории журналистики широко известны «четыре теории прессы». Это авторитарная теория; либертаристская теория (в ее основе — философия свободы воли, самоосуществление индиви­да, где человек — самоцель); теория социальной ответственности и советская коммунистическая теория прессы. Исследование «Четыре теории прессы» было опубликовано в США в 1956 году. Но и сегодня оно является актуальным и входит в содержание современных работ по теории массовых коммуникаций.

Мы считаем возможным и необходимым дополнить указанные теории тремя моделями информационного воздействия на массо­вое сознание, опираясь уже на новые разработки в области теории и практики социального управления: «классическую», «механис­тическую», «объектную» модель — ее иногда называют «тоталитар­ной»; «неклассическую», «релятивистскую», «субъектную» мо­дель, а конкретно — «манипулятивную»; «постнеклассическую», «субъектную», «синергетическую» (ее именуют «диалоговой»). Анализ трех названных моделей позволит в дальнейшем с более широких позиций взглянуть на модели PR, описанные в главе 3 (одностороняя-двустороняя сбалансированная связь). [8]

При первой модели читатель, зритель, выступает не более, чем объект воздействия. Информационный процесс организо­вывается по принципу «вбивания гвоздей» (идей) в массовое сознание. Это однонаправленный, одномерный процесс ин­формационного воздействия, без обратной связи с аудиторией. Даже когда она возникает, то ее характер можно определить из­вестным словом «одобрямс». Примером господствования дан­ной модели является «эпоха сталинизма». Ее элементы сохра­нялись и позже: вспомним речи Генеральных секретарей, решения пленумов ЦК КПСС — они транслировались, и тут же появлялись отклики от «народных масс»: «решения партии и правительства — одобряем». Если подобное «единодушие масс» исключить, то в принципе момент их информирования о госу­дарственных решениях имел и положительный смысл.

При второй модели субъект-объектные отношения дополня­лись субъект-субъектными, последние становились основны­ми. Здесь действуют свобода слова, плюрализм мнений, истин­ная критика властей и всех «кого душе угодно» (вспомним программы «Взгляда» на рубеже 80 и 90-х годов), озвучивается многоголосие «народных масс» (т.е. осуществляется обратная связь) на фоне противостояния политиков, их борьбы за обще­ственное мнение. Но при всем этом данная модель информаци­онного воздействия может приобретать и часто приобретает манипулятивный характер. Правы авторы, которые считают, что объектом манипулирования является общественное созна­ние, в особенности человек толпы. Попав в ее объятия «он не обдумывает свои действия, а мгновенно подчиняется получен­ному... сигналу». Однако наибольший эффект манипулирова­ния достигается при воздействии даже не столько на сознание, сколько на психику людей. Примеров тому масса.[8]

Тем не менее, понятие «манипулирование» нельзя, на наш взгляд, трактовать однозначно. Наряду с отрицательным, оно имеет и положительный смысл — конструктивный, направлен­ный на достижение цели в интересах народа и государства (т.е. здесь допускается, что цель может оправдывать применяемые средства). Например, сохранение целостности России (цель) оправдывает средства информационного воздействия при осве­щении чеченской войны, особенно первой.

**2.2 Модели информационного воздействия**

Средством и объектом манипулирования часто выступает миф. «Миф — это обобщенное представление о действитель­ности, сочетающее нравственные, этические, психологические представления, установки, соединяющие реальность с мисти­кой». Такое «представление в значительной степени иллюзор­ное, но в силу своей эстетической и художественной (а также политической, социальной — В.П.) привлекательности оказы­вающее большое воздействие на массовое сознание».

Следует учитывать, что человек не может жить без мифа. При этом миф — неоднозначное понятие. Он может иметь и положи­тельное, и отрицательное воздействие на социум. Миф спосо­бен поднять массы на конструктивные действия (вспомним эн­тузиазм советского народа в период индустриализации) и может нести отрицательный, разрушительный смысл: когда он направ­лен на достижение корыстных интересов отдельных политиков, олигархов, кланов, групп и группировок, то забываются или принижаются, ущемляются интересы граждан и государства.[10]

1. Манипулятивная модель информационного воздействия

Манипулятивная модель информационного воздействия домини­ровала в XX веке в России и продолжает доминировать практичес­ки все 90-е годы. Вспомним многословные обещания народу в годы перестройки о скором процветании общества за счет «ма­гических», оказалось — мифических, эффектов рынка и его полит- экономической парадигмы — монетаризма. Миф нельзя сводить к простому обману Дело в том, что процесс манипулирования часто развивается не по факту злого умысла, а по причине иск­ренней веры его организаторов в ту или иную идею, программу. То есть они сами являются носителями мифологического мышле­ния. Под эгидой мифов за годы реформ осуществлялось, органи­зовывалось немало негативных информационных процессов и информационных программ. Вспомним, к примеру, информаци­онные потоки в период, предшествующий дефолту в августе 1998 года. Почти накануне Президент убеждает по телевидению народ, что с экономикой и финансами у нас все нормально. Правитель­ство вначале поддакивает ему, потом замолкает. И, вдруг — «гром среди ясного неба»: вмиг миллионы вкладчиков, сотни тысяч лю­дей, особенно из среды «среднего класса», который так старались создать, стали бедными и безработными. Количество бедных в стране перевалило за критическую черту и составило около 50% населения. Об этом свидетельствуют и мониторинговые социо­логические исследования за последние десять лет, и их обобще­ние. Приведем лишь два факта: в той или иной степени от кризи­са пострадали свыше 90% населения страны, а среднемесячный бюджет российской семьи из трех человек стал в 2,7 раза меньше. Любопытны обобщения социологов в плане реализации манипу- лятивного воздействия и по другим событиям 90-х годов, напри­мер, «рельсовой войны». Но от кризиса, его неожиданности су­щественно пострадал и имидж СМИ, поскольку в массовой психике сработал механизм трансферта — перенесение отноше­ния к власти на отношение к средствам массовой информации, обслуживающих власть и элиту, сросшуюся с властью.

1. Диалоговая модель информационного воздействия

Диалоговая модель информационного воздействия считается са­мой прогрессивной, демократической и конструктивной. Поче­му? Потому что в ее основе лежат равноправные субъект-субъе­ктные отношения или отношения социального партнерства. При этом издатель, редактор, ведущий телепередачи, да и весь телеканал, с одной стороны, и читатель, слушатель, с другой стороны, — это участники равноправного диалога, публичной дискуссии. Информационные процессы в данном случае суще­ственно усложняются в плане концепции, замысла СМИ, произ­водства и восприятия информации, особенно в плане структуры информационного материала, формы его подачи. Примерами организации диалоговой модели могут служить передачи Савика Шустера: «Свобода слова», «Герой дня», частично — «Времена» Владимира Познера. Из более позднего периода — «горячие ли­нии» «Комсомольской правды» и других газет. [8]

В последнее время диалоговая модель информационной по­литики начинает восстанавливаться, точнее, развиваться на но­вой основе — благодаря постоянному освещению в СМИ актив­ной деятельности Президента РФ, его общения с различными категориями населения, государственных служащих, интервью журналистам. Особо подчеркнем значимость «горячей линии», проведенной Владимиром Путиным в 2002 году. Тем не менее, резервов здесь больше, чем достижений. Диалог властей всех уровней с народом в средствах массовой информации должен быть постоянным, более открытым и полным. Прав Валентин Осипов, когда задается вопросом: почему «не стало для нашей страны правилом то, что отличает демократию, к примеру, в США»?' Имеются в виду регулярные теле- и радиовыступле­ния американского Президента. Рузвельт во время массовой депрессии американского общества тонко уловил надобность в массовой коммуникации, в информационном общении с на­родом, в необходимости вести с ним открытый диалог, делиться своими переживаниями и раскрывать перспективы будущего страны. Данный пример свидетельствует о том, «как важно и утешить бедствующих, и вселить надежды..., и предотвратить вызревание гроздьев социального гнева». Заметим при этом, что нельзя диалог такого характера подменять диалогом-интервью журналиста с руководителями страны, или традицион­ной пресс-конференцией, где содержание вопросов корреспон­дентов часто имеет двойной смысл, несет в себе мотив сенсационности или отражает корпоративный интерес СМИ. В действительности далеко не все СМИ задействовали свои профессиональные резервы с тем, чтобы помогать народу поз­навать политику Государства, совершенствуя систему взаимоот­ношений Власти и Народа. Но в организации диалоговой ин­формационной технологии эффект достигается встречным движением сторон, т.е. власти и СМИ.[15]

А что же мы имели в России на рубеже веков? «В российском информационном поле, — отмечает бывший Секретарь Совета безопасности РФ С.Б.Иванов, — практически отсутствует диа­лог государства с гражданским обществом, народа — с властью. Это один из значимых факторов сохраняющегося недоверия населения страны к властным структурам». Создание условий для такого диалога, целенаправленные действия государства в организации диалоговой технологии — залог формирования эффективной государственной информационной политики. Возможно в этом заключается главный эффект информацион­но-психологической безопасности наших граждан.

На практике применяются, как показывает анализ, либо ярко выра­женные, скажем, тоталитарные модели (авторитарная теория прессы) либо манипулятивные (вне теории социальной ответ­ственности), или же пограничные и смешанные, где есть элемен­ты, адекватные и либертаристской, и авторитарной, и советской теории прессы. Сегодня пресса как печатная, так и электронная, утрачивает, причем по собственной инициативе, функцию защи­ты интересов всего социума — главную для общества. В послед­нее десятилетие XX века российские частные, да и многие госу­дарственные СМИ отражали и продолжают отражать преимущественно интересы политических и экономических элит. Нередко случается и так, что одновременно используются две или даже три модели. [8]

Очевидно, что для осуществления информацион­но-аналитической работы, для анализа и организации инфор­мационных процессов необходимо применять «методы инфор­мационного моделирования».

**3 МЕХАНИЗМ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ**

Проблема воздействия языка на человека, его способ мышления и его поведение, напрямую связана со средствами массовой коммуникации. Информируя человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня.

В исследованиях последних лет культуратрактуется как система коллективного знания, с помощью которого люди моделируют окружающий мир. Такая точка зрения подчеркивает тесную взаимосвязь восприятия, познания, языка и культуры. В русле этой концепции индивидуальные действия людей, неразрывно связанные с коммуникативными процессами, относятся к комплексной системе коллективного знания, передаваемого через язык. Сегодня «поставщиками» коллективного знания, или посредниками в его распространении, являются СМИ, которые никогда не остаются индифферентными по отношению к тому, что опосредуют.

Согласно Б. Расселу, «передача информации может происходить только в том случае, если эта информация интересует вас или если предполагается, что она может влиять на поведение людей». [20]

Появившись вначале как чисто технические способы фиксации, трансляции, консервации, тиражирования информации и художественной продукции, СМИ очень скоро превратились в мощнейшее средство воздействия на массовое сознание.

Весьма показательна в этом контексте оценка роли радио, данная в разное время разными общественными деятелями Германии. «Отец немецкого радио» Г. Бредов в 20-х годах XX века подчеркивал значение радио в процессе становления человеческой личности. Бертольд Брехт в это же время разработал особую теорию радиоискусства, стремясь с помощью радио донести до широких народных масс искусство, доступное прежде лишь избранным. Известные немецкие социологи Макс Хоркгеймер и Теодор Адорно, которые издали в США книгу «Диалектика просвещения» об «индустрии буржуазной культуры», определяли радио и другие СМИ как инструмент оболванивания масс. После прихода к власти Гитлера, когда радио стало важнейшим средством нацистской пропаганды, появляется книга Г. Экерта «Радио как орган власти», а спустя три десятилетия в Германии выходит справочник «Телевидение и радио на службе демократии». [19]

Человеческое восприятие постоянно испытывает влияние современных средств массовой информации. Это тот модус, который обнаруживает свое воздействие во всех сферах жизни. Широчайшее распространение СМИ обуславливает появление, распространение и господство т.н. «одномерного сознания». Это понятие и соответствующий термин возникли по аналогии с названием известной вышедшей в 1964 г. книги немецкого социолога Г.Маркузе «Одномерный человек», где показаны возможности и следствия манипулирования массовым сознанием с помощью самых современных СМИ.

Теоретик французского постмодерна Жан Бодрийяр в очерке «Другой через самого себя» (1987 г.) говорит о том, что все мы живем в мире гиперкоммуникаций, погруженные в водоворот закодированной информации. Любая сторона жизни может служить сюжетом для СМИ. Мир превратился в гигантский экран монитора. Информация перестает быть связанной с событиями и сама становится захватывающим событием. [5]

Его соотечественник, социолог Ги Дебор, двадцатью годами раньше, в книге «Общество спектакля», выступая против фальсификации общественной и личной жизни с помощью СМИ, формулирует идею, согласно которой языком и целью коммуникации в обществе становятся образы, созданные средствами массовой информации.

Особую значимость в связи с этим приобретает вопрос регулирования общественного мнения посредством СМИ. Если считать, что использование информации напрямую связано с проблемой управления, то средства массовой информации, рассчитанной на массовое потребление, можно рассматривать как особую социально-информационную систему, выполняющую функции ориентации.

СМИ создают определенную текстуально-идеологизированную «аудиоиконосферу», в которой живет современный человек и которая служит четкой концептуализации действительности. Именно сфера массовой коммуникации способствует тому, что общество выступает как «генератор социального гипноза», попадая под влияние которого мы становимся согласованно живущей ассоциацией, именно в СМИ наиболее отчетливо проявляется воздействующая функция языка.[16]

Отмечая глобальные изменения в современном информационном обществе, связанные с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, необходимо иметь в виду: эти изменения влияют не только на условия жизни, но прежде всего на способ мышления и систему восприятия современного человека.

Средствами массовой информации создается особый аудиовизуальный мир, воздействию которого вольно или невольно подвергается каждый из нас, что заставляет серьезно ставить вопрос об ответственности средств массовой информации перед обществом.

Массовое сознание формируется на основе стереотипов, которые выражают привычные, устойчивые представления людей о каком-либо явлении, сложившиеся под влиянием конкретных социальных условий и предшествующего опыта.

Создание информационных средств вооруженной борьбы и разработка соответствующего логико-математического аппарата и программных средств на сегодняшний день активно развиваются. Информационная безопасность России направлена на обеспечение информационного суверенитета и на содействие успешного проведения государственных реформ, укрепление политической стабильности общества. При этом темпы совершенствования информационного оружия превышают темпы развития технологий защиты. В 2000 г. в России была принята Доктрина информационной безопасности, которая рассматривает широкий круг угроз и методы противодействия в информационной сфере. А именно рассматривает:

* Национальные интересы Российской Федерации в информационной сфере и их обеспечение
* Методы обеспечения информационной безопасности Российской Федерации
* Основные положения государственной политики обеспечения информационной безопасности Российской Федерации и первоочередные мероприятия по ее реализации
* Организационная основа системы обеспечения информационной безопасности Российской Федерации. [1]

Целями воздействия на массовое сознание является внесение изменений в когнитивную структуру с тем, чтобы получить соответствующие изменения в поведенческой структуре. Практически то же самое делает психотерапия только на уровне индивидуального сознания. [18]

Информационное оружие является мощнейшим средством идеологического воздействия и пропаганды, ориентированном на подавление массового психического сознания, внедрения в подсознание масс соответствующих установок (паттернов поведения), которые в любое время могут быть активированы манипуляторами. Причем уже исходя из того, что сознание любого индивида, находящегося в социуме, неразрывно связано как с законами управления масс, так и с правилами поведения в обществе, можно говорить о том, что подобного рода воздействию подвержены все жители страны. Важное место в таком воздействии на подсознание в частности, и массовое психическое сознание в целом играют средства массовой коммуникации (СМК), без которых невозможно существование современного социума, современной жизни.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были исследованы модели информационных технологий воздействия на массовое сознание людей. Задачи, поставленные в начале работы – выполнены.

Подводя итог сказанному о представленных выше моделях ин­формационного воздействия, правомерным будет отметить, что такая их дифференциация носит относительный характер. На практике применяются, как показывает анализ, либо ярко выра­женные, скажем, тоталитарные модели (авторитарная теория прессы) либо манипулятивные (вне теории социальной ответ­ственности), или же пограничные и смешанные, где есть элемен­ты, адекватные и либертаристской, и авторитарной, и советской теории прессы. Сегодня пресса как печатная, так и электронная, утрачивает, причем по собственной инициативе, функцию защи­ты интересов всего социума — главную для общества. В послед­нее десятилетие XX века российские частные, да и многие госу­дарственные СМИ отражали и продолжают отражать преимущественно интересы политических и экономических элит. «Доминируют жесткие тоталитарные технологии». Вспом­ним, как «вбивалась» в наше массовое сознание идея монетариз­ма без разъяснения ее ценностей. Нередко случается и так, что одновременно используются две или даже три модели. Напри­мер, во многих передачах, постро­енных на диалоге между политиками с участием приглашенной аудитории, в студии должна была бы реализовываться главным образом постнеоклассическая, диалоговая модель. Но, как мно­гие, очевидно, замечали, когда мнение из аудитории не совпада­ло с замыслом передачи, то ведущий тут же вольно или невольно запускал классическую тоталитарную модель, и мощный «ин­формационно-аналитический прессинг» обрушивался на «неу­добную» позицию «голоса из народа».[9]

Важен и тот факт, что при наличии информации по какому-либо вопросу, первая же информация, которая освещает данный вопрос — будет весьма позитивно воспринята массами. Поэтому так важна роль соблюдения принципа первоочередности в подаче того или иного материала.[4]

Помимо прочего следует обращать внимание и на то, что повторяемость одной и той же информации (можно с новыми подробностями) приводит к бессознательному запоминанию подобной информации, что также становится весьма важным в вопросах информационно-психологического воздействия на психику масс с целью моделирования последующего поведения этими массами. И тут не обязательно охватывать все массы в целом. Достаточно воздействия на какую-либо часть, чтобы другие, зараженные действиями (массовыми поступками) этой части массы, подхватили позыв.

В этой связи заметим, что для осуществления информацион­но-аналитической работы, для анализа и организации инфор­мационных процессов необходимо применять методы инфор­мационного моделирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации [Электронные ресурс]: Доктрина № ПР-1895 (утв. Президентом РФ 09.09.2000г.) // СПС «Консультант Плюс». Версия Проф.
2. Артемова, В.Н. Метафора и дискурс [Текст]: учебное пособие / В.Н.Артемова.- Минск: Наука-техника, 2008.-214 с.
3. Афенов, Г.В. Язык. Познание. Коммуникация [Текст]: учебное пособие / Под общ. ред. Г.В.Афенов. - М.: РАГС, 2009. – 311 с.
4. Бурдъе, П.О. Культурно-историческая психология: опыт. Вопросы психологии. [Текст]: / учебное пособие / П.О. Бурдъе - М.: Изд-во РАГС, 2007. – 265 с.
5. Быков, С.А. Манипулирование сознанием[Текст]: учебник / С.А. Быков. – М.: МИР, 2007. – 294 с.
6. Глазунова, Н.И. Манипуляция сознанием [Текст]: Н.И.Глазунова // Человек и наука, 2008. - № 11 . - 3-14.
7. Дмитриев, М.Т. Введение в интеллектуальную коммуникацию [Электронный ресурс]: М.Т. Дмитриев // Исследования. Архив РАГС// Режим доступа: http://www.pareform.ru/rgs/archive/mag2001/24.asp/
8. Комаровский, В.С. Управление общественными отношениями [Текст]: Учебник / под общ. редакцией А.С.Комаровского. - М.: Манускрипт, 2006.- 400 с.
9. Лазарев, В.В. Внутри мыслящих миров. Человек, текст, семиосфера, история языка русской культуры [Текст]: В.В.Лазарев / учебник. - М.: Академия МВД РФ, 2008. – 289 с.
10. Лососев, В.В. Знак. Символ. Миф. [Текст]: В.В. Лососев / учебник. - М.: Академия РИФ, 2009. – 312 с.
11. Лумов, Б.Д. Моделирование социальных процессов [Текст]: учебное пособие/ Б.Д. Лумов. – М.: РАГС, 2009. – 124 с.
12. Пикулькин, А.В. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований [Текст]: А.В. Пикулькин. – М.: ИНФРА, 2008. – 336 с.
13. Служба тематических толковых словарей [Электронный ресурс] : Режим доступа: http//www.glossare.ru/
14. Сумов, Л.Г. От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия [Текст]: учебник / Л.Г. Сумов. – М.:Изд-во РАГС, 2007. – 319
15. Тарсасов, К.С. Манипулирование сознанием [Текст]: К.С. Тарасов // Человек и наука, 2006. - № 3 . - 21-28.
16. Урсул А.Д. Информация и мышление [Текст]: А.Д. Урсул // Человек и наука, 2007. - № 10 . - 3-11.
17. Ходов, О.Ф. Контроль сознания и методы подавления личности [Текст]: учебное пособие / О.Ф. Ходов. – М.: Алгоритм, 2006. – 256 с.
18. Шамхалов, Ф.Г. Манипуляторы сознания [Текст]: учебное пособие / Ф.Г.Шамхалов. – М.: ЗАО «Издательство «Дом», 2007. – 402 с.
19. Фетов, Д.М. Манипуляция сознанием [Текст]: Д.М.Фетов // Человек и наука, 2008. - № 7 . - 5-10.
20. Якович, Л.И. Язык и массовая коммуникация: Социолингвистическое исследование [Текст]: учебное пособие / Л.И. Якович. – М.: ИНФРА, 2007. – 355 с.