

ИНФОРМАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ (предпосылки, методы и средства)

В.В. Кульба, В.Д. Малюгин, А.Н. Шубин

Вводится понятие информационного управления, под которым понимается процесс выработки и реализации управленческих решений в ситуации, когда управляющее воздействие носит неявный, косвенный характер и объекту управления представляется определяемая субъектом управления информация о ситуации (информационная картина), ориентируясь на которую этот объект как бы самостоятельно выбирает линию своего поведения. Отмечается, что информационное управление возникло и существует достаточно давно, однако его существенная роль в управлении была признана только во второй половине XX в.

Один из важнейших феноменов конца XX в. — резкое возрастание роли народных масс в исторических процессах. Бурные события нашего времени не только побудили в обычном человеке интерес к общественной и политической жизни, но и вызвали потребность быть ее полноправным участником.

Мы стали свидетелями разительных перемен, когда превращение широких народных масс в субъект истории накладывает мощный отпечаток на развитие общества. Рядовые люди стремятся к активному вмешательству в принятие решений в области внутренней и внешней политики своих стран, бывшее прерогативой узкого круга лиц, входящих в правящую элиту. В то же время следует помнить, что «мечты каждого лидера — тирана или доброго пророка (демократа или тоталитариста) — упорядочить поведение своего народа» (К. Блейкмор «Механика разума»), используя различные методы управления.

Методы управления обществом, коллективами и отдельными личностями, соответствующим образом воздействуя на людей, побуждают их к выполнению социально-экономических законов общества и тем определяют конкретные пути, способы и приемы достижения поставленных целей. Известно, что по особенностям воздействия на мотивы поведения людей методы управления можно разделить на административно-организационные,

экономические, социально-психологические и правовые. Каждый из них обладает определенными специфическими характеристиками, достоинствами и недостатками, эффективностью применения.

В практике управления все методы взаимосвязаны и образуют единую систему. Коллективы и отдельные сотрудники могут испытывать на себе одновременное воздействие различных методов управления. Гармоничное сочетание всех этих методов определяет эффективность управления.

Однако анализ традиционных методов управления показывает, что они не очень подходят для прямого воздействия на широкие массы населения. В то же время повышение роли народных масс в общественно-политической жизни явилось причиной существенного внимания и активности правящих сил общества в поисках методов прямого централизованного воздействия на население. Путем такого воздействия власть имущие стремятся заменить старые, насильственные методы подавления масс и приспособиться к новым реалиям современного мира. Сознавая историческую необратимость вторжения простого человека в общественную жизнь и в «высокую» политику, правящие круги пытаются заручиться его идейно-политическим согласием. Они ставят задачу добиться формирования такого общественного мнения, которое выражало бы не подлинные интересы народных масс, а заложенные в их сознании пропагандой



стандартизированные мнения и оценки, соответствующие интересам правящего класса. И такой метод прямого централизованного воздействия на широкие слои населения был найден и реализован в виде специального метода информационного управления.

Методологической основой информационного управления в значительной степени являются установки итальянского мыслителя и политического деятеля Антонио Грамши (1891–1937), в основе которых лежат положения о том, что для достижения стратегических целей изменения общественного строя следует действовать не в лоб, меняя базис общества, а через надстройку – силами интеллигенции, совершая «молекулярную агрессию» в сознании общества и разрушая его культурное ядро.

Эти положения хорошо согласуются с одним из основных постулатов теории управления, который гласит о том, что эволюции в человеческом сознании достичь гораздо проще, чем совершить в обществе революционные изменения. Естественно, основными средствами достижения целей при этом являются средства массовой информации и системы передачи данных. Сотрудники средств массовой информации превращаются при этом в особую организацию, определяющую уровень сознания и мышления населения всей страны, так как убеждения честных людей зависят от той информации, которую они получают. Это необычный новый метод управления, обладающий непривычными этическими и эстетическими нормами, и потребуются довольно длительный период времени, чтобы общество осознало его мощь, достоинства и недостатки.

Бурное развитие средств массовой информации, являющееся характернейшей чертой нашей эпохи, позволило придать поистине массовый характер процессу информатизации в современном мире. Технические достижения XX в. создали новые могущественные средства массовой коммуникации – кино, радио, телевидение, электронную почту, Интернет, средства передачи данных. На качественно иной уровень была поставлена технической революцией и деятельность таких традиционных средств информации, как газеты и журналы.

В этой ситуации теоретические достижения мировой науки, возросшие возможности производства материальных благ в совокупности с новыми средствами установления межличностных коммуникативных связей приводят общество к такой форме цивилизации, при которой все большее число людей обретает возможность проявить свои творческие способности, заложенные в каждом человеке. И в то же время именно с помощью этого

многократно усовершенствованного набора инструментов воздействия на умы людей правящие силы осуществляют небывалое по масштабам подчинение общественного мнения своему влиянию.

В средствах массовой информации руководство видит высокоэффективный инструмент сохранения социальной стабильности в обществе, позволяющий облечь в новые формы контроль и управление народными массами, отказавшись, где это удастся, от дискредитированных насильственных методов. Весьма интересно в этом плане высказывание бывшего президента США Р. Никсона о том, что гораздо выгоднее вложить доллар в средства массовой информации, в пропаганду, чем 10 долларов в создание новых видов вооружения. Он мотивировал это тем, что вероятность применения оружия в современном мире невелика, а пропаганда работает ежедневно, ежечасно.

Власть над средствами информации – глобальная, политическая власть.

Мы живем в динамическом мире, когда информирование о возможных экономических и политических переменах становится актуальным при принятии решений. Большинство людей получает представление о мире из газет, журналов, радио, телевидения, книг и кино. Средства массовой информации приобретают авторитет в тот момент, когда хотят установить, где правда, а где ложь, где реальность и где фантазия, что важно и что несущественно. Нет более мощной силы, чем пресса, в становлении общественного мнения; даже грубая сила может торжествовать только после создания благоприятной позиции по отношению к жестокости.

Власти всегда признавали, что для контроля над обществом они должны взять в свои руки информационное дело. Тот, кто имеет возможность первым сообщить новости или подать идеи, обретает политическую власть – власть, позволяющую что-то вскрыть или, наоборот, скрыть, о чем-то сказать, а что-то замолчать, выждать благоприятный момент, чтобы дать нужное толкование тому, что обнаружено. Лидеры демократии не менее чем врачи, шаманы, короли и диктаторы, ревностно оберегают свою власть над идеями и контролируют информацию с той же или большей энергией, с какой они контролируют вооруженные силы.

Если в контролируемой информации изначально содержались ошибки, то они не могут быть исправлены. Если она была точной в свое время, то вскоре станет устарелой. Если информация изменяется без свободной реакции реального мира, она становится обособленной от этого мира, т. е. от реальной, истинной картины общества.

Естественно, что в сложном калейдоскопе событий, фактов, мнений и страстей человек не всегда способен отличить ложь от истины.

Среди ученых в политических науках стало своего рода триумфом считать, что, хотя средства информации не могут сообщить населению, что оно должно думать, они в действительности сообщают ему, о чем следует думать. То, что сообщается, становится на повестку дня общественной жизни. То, о чем не сообщается, может быть потеряно именно в то время, когда общество испытывает в этой информации наибольшую потребность.

Наше представление о реальности возникает не из одного внезапного откровения. Оно накапливается день за днем и год за годом из сведений об обычных событиях, происходящих в мире, о которых сообщают, главным образом, средства массовой информации.

Наш взгляд на реальный мир динамичен. Он состоит из совокупности представлений, самокорректирования их в той мере, в какой имеется основа беспристрастного подхода, когда важны все составляющие его части. Но когда один важный элемент сведений выключается или включается, наше представление о социально-политической стороне мира оказывается неполным, и тем самым несовершенным. В основе человеческого разума заложено умение распознавать причину и следствие, но предпосылкой его уязвимости оказывается зависимость человека от знания последовательности происходящих событий и их значений.

Когда какая-то часть, связующая причину и следствие, оказывается затемненной, источники нашей слабости и силы становятся неясными. Ошибки повторяются из десятилетия в десятилетие, ибо в сознании исчезает что-то, чем мы руководствуемся в нашем общественном поведении.

Механизм информационного воздействия основан на манипуляции сознанием масс и внесении в него целенаправленной достоверной либо недостоверной информации (в последнем случае, дезинформации).

Этот тип управления человеком, группой, массой связан со стремлением так сформировать сообщение о реальной ситуации, что несмотря на его неадекватность, человек принимал бы его как само собой разумеющееся и поступал бы соответствующим образом.

В основе этих действий лежит стремление деформировать истину, создать искаженное представление о существующей действительности, внушить людям требуемые идеи и установки. Используя эти методы, стремятся не только придать своим сообщениям видимость правдоподобия, но и одновременно «подсказать», как поступить человеку, какой

сделать выбор, на каком решении остановиться. Особое значение придается оперативности реакции на то или иное событие. «Надо действовать или сверхбыстро, или вообще не реагировать на событие», — поучает наставление для спецслужб США «Психологические операции». Короче говоря, если событие «выгодное» для пропаганды, надо подать его быстро, сверхбыстро, сенсационно, в нужном духе; если «невыгодное» — замолчать, отвлечь от него внимание общественности.

Геополитические интересы Запада на территории нашей страны также реализуются посредством системы управляющих воздействий, которые в иностранных боевых документах носят название психологических операций, к основным из которых относится информационное воздействие («пропаганда»). Всякие сомнения в этом отпадают при сопоставлении характера деятельности известных нам «демократических» изданий, программ телевидения и радио с положениями документов армий США и НАТО по теории и практике психологической войны. Например, ознакомление с полевым уставом армии США FM 33-1, определяющим формы, методы и способы ведения психологических операций, а также уставом FM 100-5 «Ведение боевых действий» убеждает, что СМИ ежедневно осуществляют информационное (боевое) воздействие на население путем реализации стратегических, тактических и оперативных операций. В зависимости от цели их проведения выделяют операции по ведению пропаганды среди гражданского населения, по введению противника в заблуждение, по поддержке конфликтов низкой интенсивности и специальные операции. Выделяют также информационную оборону, информационные атаки и контратаки.

К достоинствам информационного управления относятся высокая избирательность воздействия, конкретность и оперативность, быстрая перестройка методов и средств воздействия в зависимости от меняющейся обстановки, возможность оперативной концентрации усилий на том или ином объекте, регионе, социальной группе, возможность комплексного применения различных методов и средств информационного управления, сравнительно небольшие затраты на разработку и реализацию управленческих решений при высокой эффективности их внедрения в сознание.

Различают стратегию и тактику информационного воздействия.

В рамках стратегии информационного воздействия формируются долгосрочные цели и пути их достижения. В частности США, в рамках стратегии информационного воздействия в глобальном



плане проповедуют «право» Америки быть первой, культ силы и т. д.

В соответствии с разработанной стратегией информационного воздействия строится и его тактика, в рамках которой осуществляются выбор конкретных мер этого воздействия, их координация и реализация. Массированное внесение в сознание сбитого с толку населения требуемой информации создает соответствующую обстановку, в условиях которой можно легко реализовать любые идеи.

Эффективное применение методов информационного управления базируется на тщательном анализе характеристик управляемой аудитории. Например, интеллигенция наиболее управляема, если делается ставка на «права человека», «свободу личности» и т. д. В частности, американский профессор Д. Лендвал пишет: «Тема прав человека — одна из самых выгодных. Ведь любой человек, в любом обществе всегда хочет жить лучше, чем он живет сейчас. Значит, оснований для недовольства всегда достаточно. Важно лишь подсказать, что из-за «отсутствия прав» у рядового человека мало шансов улучшить свое положение».

Информационное управление носит не только глобальный, но и дифференцированный, избирательный характер. При наличии широкого фронта психологических акций обычно выбирается направление главного удара, наиболее слабое звено, наиболее уязвимые объекты воздействия. Это может быть отдельная страна, регион, отдельные национальные, социальные, общественные или профессиональные (как правило, наиболее значимые и массовые) группы (шахтеры, военные, верующие и т. д.). Негативные цели такого информационного воздействия, как правило, прозрачны и заключаются в противопоставлении интересов отдельных групп обществу в целом, создании атмосферы неудовлетворенности, индифферентности.

Самый эффективный метод информационного управления — соединение рекламы (фикции, вымысла) с «объективным» информативным телерепортажем с места событий (создание «спектакля» по придуманному сценарию). Против каждого из этих действий в отдельности человеческое сознание может устоять, но оно беззащитно против их комбинации: бесстрастный репортаж создает атмосферу доверия, которая по инерции распространяется на идущую вслед за этим рекламу, а реклама возбуждает эмоции, готовит почву для восприятия идей, заложенных в «бесстрастном» репортаже.

Близок к этому прием, заключающийся в смешении грешного с праведным, великого с ничтожным, превращении исключительного в обычное, характерное. И тогда возникает театр абсурда, где Теркин превращается в Чонкина, где на полном

серьезе говорят, что «Берлин нам был не нужен», и поэтому взятие его ценой солдатских жизней — преступление. И Ленинград надо было сдать немцам — не было тогда бы блокадников и Пискаревского кладбища.

Наиболее распространенным методом информационного управления является прагматическая избыточность. В теоретических исследованиях под величиной прагматической избыточности в сообщении относительно некоторого получателя информации понимается процент элементов сообщений (символов, разрядов, слов, предложений и т. д.), исключение которых не изменит отклика получателя на это сообщение. Примерами прагматической избыточности является повторение материала при обучении, неоднократное повторение, разъяснение приказов и распоряжений, многочисленные комментарии в прессе в требуемом ракурсе некоторых событий и т. д.

В рамках информационного воздействия выделяют демагогические заявления, навешивание ярлыков, подмену ответственности, подмену понятий, инсинуации, обращение к эмоциональной стороне восприятия, умалчивание о каких-то фактах, событиях или их отдельных аспектах, искажение масштабов событий и времени, акцентирование внимания на второстепенных деталях, обращение к отрицательным уровням сознания, подмену объекта дискуссии, примитивизацию оппонента, табуирование и антирекламу, постановку оппонента в проигрышное положение, методы «белой вороны» и «одной строки», «мнимого противодействия», замещения существенной информации второстепенными деталями, создание мнимого образа, иллюзии миража, безальтернативности, мифологизацию, грандиозную ложь («метод Геббельса») и просто ложь.

Применение большинства из этих методов как минимум безнравственно, а безнравственность страшна тем, что не имеет границ, и, как правило, ведет к еще большей безнравственности.

Манипулирование общественным сознанием приобрело в нашей стране огромный размах. Идет откровенная спекуляция на самых светлых идеалах и устрашении людей, когда должное подменяется нужным, нужное — сиюминутным, ложно понятым общественным, а чаще групповым или личным интересом.

Манипуляции проявились, прежде всего, в постоянном навязчивом стремлении доказать, что государство, его прошлое — это полностью и безоговорочно плохо. Из духовной жизни последовательно вытравивались такие качества, как патриотизм, открытость, вера, правдивость. Поощрялась позиция «не быть, а казаться», которая открыла

дорогу людям, настроенным карьеристски, неискренним, готовым поступиться всем святым и дорогим для нормального человека. Умение подстроиться, угодить вкусам руководства и готовность забыть свои убеждения породили довольно мощный и влиятельный слой духовных наставников в СМИ, которые руководствуются не интересами народа, а своекорыстными соображениями. И до сих пор мы видим их — вчера утверждавших одно, сегодня другое и готовых завтра отстаивать третье, если будет угодно. Эта нравственная коррозия поддерживается, оправдывается и, к сожалению, становится нормой поведения.

Манипулирование массовым сознанием проявляется в замалчивании печатью многих процессов (положение в Югославии, Чечне и т. д.), в односторонней оценке противоречивых явлений развития (приватизация, национальное самосознание, развал СССР и т. д.). Средством манипуляции является игнорирование иных точек зрения на некоторый процесс или событие. Отсутствие полной, достоверной и необходимой информации не позволяет повысить зрелость общественного сознания, взвешенность его оценок. Средства массовой информации постоянно и усиленно, как и во все времена, насаждают одномерность духовного мира. Поиск истины ведется не в открытых дискуссиях, а в письмах так называемой «интеллигенции» в органы власти.

Сегодня произвол СМИ достиг апогея, когда у нормального человека выработалось сознание своей неполноценности и даже виновности. Это многоголикое и мелочное унижение достоинства вытравляет из человека качество бойца, борца за правду, справедливость и даже Отечество. Получило широкое распространение циничное отношение к труду, исказились представления о сотрудничестве, дружбе, любви. Под серьезной угрозой оказалось общее нравственное здоровье народов России.

Мы живем в условиях, когда в рамках информационного управления обществом реализуются массовое промывание мозгов и массовое манипулирование сознанием. Жизненные ценности и идеалы не столько вырабатываются и закрепляются личным опытом и собственным осмыслением, сколько принимаются как собственные постоянным навязыванием образа и цели жизни через массированное воздействие СМИ. Запад пользуется таким манипулированием не одно десятилетие, у нас в стране промывание мозгов реализуется последние десять лет. Результаты, на наш взгляд, ошеломляющие. Под вой о процветающем капитализме народ бывшего Союза довели до нищеты и вымирания. Только в 1991 г. было сделано 3,5 млн. аборт, в 1992 — 3,4 млн., в 1993 — 3,2 млн., что

не менее страшно, чем ужасы репрессий, унесшие жизни около 800 тыс. наших граждан. Если же обобщить эти данные на 10 лет перестройки, то они будут сравнимы для России с потерями в Великой Отечественной войне.

Манипулирование массовым сознанием можно было бы назвать специфической формой массового отупления, однако его последствия и есть адекватная реакция населения с промытыми мозгами на соответствующие формы информационного управления, когда сценарные призраки и ложь становятся более важными мотивами поведения, чем реальные развал, вымирание и голод.

Результаты такого информационного управления с трудом поддаются анализу и ясно, пожалуй, только одно — в области манипулирования сознанием широких слоев населения мы достигли самого передового уровня.

Можно выделить следующие уровни разрушения человеческого сознания путем информационного воздействия:

- не критическое восприятие;
- неадекватное понимание ситуации;
- безразличное принятие происходящего;
- восприятие любой информации как наркотика;
- обозленность.

Затем могут последовать постепенное прозрение и адекватная оценка ситуации.

Возникает вопрос — есть ли у общества, отдельного человека защитные силы, стойкость, способность к анализу реальной ситуации, поиску истины в условиях оболванивания и злонамеренной пропаганды.

Отметим, что свобода слова («гласность»), а шире, свобода распространения информации — лозунг довольно неоднозначный. Полная гласность сделала бы совместную жизнь людей просто невозможной. Как отмечает немецкий философ Карл Ясперс (1883—1989), «если исчерпывающие сведения вначале давали людям освобождение, то теперь это обратилось в господство над людьми». Поэтому наличие некоторых ограничений, реализуемых через контрольные органы — цензуру, необходимо, чтобы разрушительное действие не превышало некоторый приемлемый уровень. В условиях рынка это значит, что потребитель должен знать, к каким последствиям для него и окружающих приведет усвоение и использование информации. Сегодня же человек, потребляя либо неконтролируемую, либо отфильтрованную по заданным критериям информацию, не может оценить ее воздействия на свою психику и поведение. Более того, он становится зависимым от средства массовой информации и продолжает потреблять их продукцию даже в том случае, когда отдает себе отчет в ее пагубном



воздействию. Поэтому, если государственные органы не контролируют информацию, они становятся прямыми участниками манипуляции общественным сознанием.

Избавиться от усвоенной дезинформации сложно в силу особенностей человеческой психики. Предварительно частично отфильтрованную информацию и считающуюся существенной человек запоминает. При этом полученная информация образует упорядоченную структуру (базу данных) в системе координат: истина – ложь, добро – зло. Такая база знаний совершенствуется и расширяется по мере усвоения новой информации, подтверждающей прежнюю. Всякое сообщение, противоречащее созданной за несколько лет структуры и внесенное в нее, разрушает последнюю. Ибо это требует пересмотра всей системы устоявшихся взглядов. Опыт показывает, что обычно человек предпочитает не разрушать существующую структуру и не менять позицию, а игнорировать противоречивые факты. Для этого приходится прибегать к хитроумному самообману, например, утверждению, что источник информации – нехороший человек, а потому и факты неверные.

В любом случае необходимо искать точки опоры, позволяющие человеку ориентироваться в бурных информационных потоках (проверенные факты истории). Опорой может быть и здравый смысл, практический опыт, моменты истины, осознание того, что официальные СМИ способны на обман и, самое главное, того, что информационное воздействие является мощнейшим методом

управления, оружием более мощным, чем вооруженные силы и даже ядерное оружие.

Хорошим средством против возможного информационного зомбирования может быть изучение технологий старых громких, а ныне раскрытых общественных скандалов (Уотергейт, Ирангейт, дело Профьюмо и др.), каждый из которых является грандиозным обманом.

Государственное противодействие должно осуществляться различными способами и методами: перекрытием каналов распространения ложной информации, аргументированной критикой тех или иных положений, прямым разоблачением, противопоставлением конкурентной истины о тех или иных событиях. Причем реализация такого противодействия должна быть наступательной, динамичной, острой, в отдельных случаях упреждающей.

Естественно, особые требования должны предъявляться к журналистам. Они должны соответствовать особым кодексам чести, быть неподкупными и независимыми, выслушивать и давать возможность высказаться всем сторонам, допускать возможность критических высказываний и возражений – должны максимизировать число дискуссий по спорным вопросам. При изложении любого материала новости должны быть отделены от комментариев. СМИ должны критически относиться к источникам информации, всеми силами бороться с некорректностями, уважать чувства и достоинство потребителей информации.

☎ (095) 334-90-09

E-mail: kulba@ipu.rssi.ru



ABSTRACTS

Kul'ba V.V., Malyughin V.D., Shubin A.N.

INFORMATIVE CONTROL: PREMISES, TECHNIQUES AND TOOLS

In the broad sense, informative control is mechanism where the control actions are of implicit, indirect nature and the information provided to the control object looks like an informative picture used by the object to work out an allegedly autonomous line of behavior. Informative control exists for a long time, but until recently it remained ancillary and insignificant as compared with other control techniques. In the second half of the XX century, the role of informative control began its dramatic growth. Against this background, the paper discusses the causes of this phenomenon. – P. 62.