

На правах рукописи

СИМУНИН ЛЕОНИД ВАЛЕРЬЕВИЧ

**СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ СОЦИАЛЬНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ
И ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЗДЕЙСТВИЙ В РОССИЙСКОЙ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность 22.00.08.- Социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

Москва 2005

Диссертация выполнена на кафедре социологии, психологии и педагогики
Московского государственного технологического университета «Станкин»

Научный руководитель:

Доктор философских наук, профессор Лазебный Л.И.

Официальные оппоненты:

Доктор политических наук, профессор Конопкин Ю.С.

Кандидат социологических наук, доцент Еремкина Г.А.

Ведущая организация:

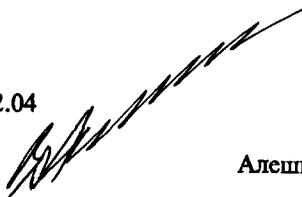
МГИМО (Университет) МИД России

Защита диссертации состоится « 11 » декабря 2005 г.
в 14⁰⁰ часов на заседании Диссертационного совета К 212.142.04.
в Московском государственном технологическом университете
«Станкин» по адресу:
127 055, Москва, Вадковский переулок, д. 1

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке
Московского государственного технологического
университета «Станкин»

Автореферат разослан « 14 » ноября 2005 г.

Ученый секретарь
Диссертационного совета К 212.142.04
кандидат философских наук
профессор



Алшин В.И.

2006-4
25728

22 42670

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

АКТУАЛЬНОСТЬ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

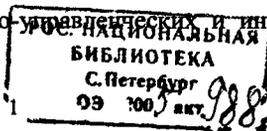
Актуальность темы исследования определяется возросшим в последнее время научно-теоретическим интересом к проблемам развития гражданского общества в постсоветской России и, безусловно, потребностям соответствующей политической практики.

Значение социально-управленческих технологий в современной информационной среде постоянно растет. Основное внимание исследователей при этом чаще всего сосредоточивается на разработке новых способов и форм социально-управленческого воздействия и современных информационно-коммуникативных технологий, на их необходимости и в целом позитивном значении и влиянии на социальное управление на развитие современного российского общества. Однако, способы социально-управленческого и информационного воздействия в российской политической деятельности проанализированы еще недостаточно.

В большинстве работ, отчасти посвященных данной проблеме, социально-управленческие технологии оказываются априори заданными, считается достаточным обеспечить некоторые поверхностные обозначения (при этом политическая деятельность крайне редко входит в объект исследования социологии управления). Социально-управленческие и информационные воздействия в политической деятельности могут таить и опасности, представляющие реальную угрозу как для развития личности, так и для развития современного российского общества.

Как показывает данное исследование, применение социально-управленческого воздействия в различных информационно-коммуникативных ситуациях в российской политической деятельности многие структурные элементы повторяются и носят достаточно общий, универсальный характер, другие более специфичны и имеют сугубо локальную сферу применения.

Таким образом, совокупность социально-экономических и политических условий объективно определяет обусловленность использования в политической деятельности социально-управленческих и информационных воздействий.



СТЕПЕНЬ РАЗРАБОТАННОСТИ ПРОБЛЕМЫ.

С начала 90-х годов в отечественной социологии управления начинает активизироваться рассмотрение проблемы управления применительно к изменившимся социально-политическим и социально-экономическим условиям России.

В последнее время вопрос управления социальными процессами поставлен и на политическом уровне, о чем свидетельствуют послания Президента РФ Федеральному собранию.

Зарубежные исследователи основной упор в подобной проблематике делают на теорию менеджмента, управление на макроуровне через экономические методы, делают акцент на освобождении процессов, происходящих в обществе, от государственной опеки и контроля со стороны государства.

Исследования, содержащие анализ гражданского общества, элементов информационного воздействия на него – С.Верба, Т.Дай, Л.Зинглер, Э.Миллер, Т.Пейп, К. Пейтмон, Т.Тиндер, А.Токвилль и др.

Проблемы политической идеологии, политических технологий, методов и принципов политического воздействия в системе демократического общества, в том числе проблемы так называемых «новых (информационных) политических технологий» исследуются в работах А.С.Автомова, Т.А.Алексеевой, С.С.Андреева, И.И.Антоновича, В.А.Ачкасова, Г.К.Гришина, Б.Л.Борисова, Ю.П.Буданцева, Г.Г.Водолазова, Ю.Г.Волкова, Т.М.Дридзе, Е.В.Егоровой-Гартман, С.М.Елисеева, В.М.Зубка, Т.Ю.Ивановой, Б.Г.Капустина, А.И.Ковлера, В.П.Конецкой, С.А.Кравченко, С.А.Ланцова, Э.Д.Лозанского, А.В.Лубского, В.П.Макаренко, Р.Ф.Матвеева, Н.Н.Моисеева, И.К.Пантина, Е.М.Харитоновна, А.И.Соловьева, В.И.Спиридоновой, А.М.Цуладзе, В.Е.Чиркина и других ученых.¹

¹ См., например: Автомов А.С. Избирательная власть. М.2002; Ашин Г.К., Лозанский Э.Д., Кравченко С.А. Сравнительный анализ российских и американских политических реалий. М., 2001; Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. М.2001; Лубский А.В. Каково содержание политических технологий?//Политология в вопросах и ответах/ под редакцией Ю.Г.Волкова, М.2001; Соловьев А.И. Политология. Политическая теория и политические технологии. М., 2000.

Изучение состояния научной разработки проблемы, анализ эмпирических и статистических данных позволяют сделать вывод о том, что комплексный социологический анализ способов социально-управленческих и информационных воздействий в российской политической деятельности представляет собой актуальную исследовательскую задачу.

ОБЪЕКТОМ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ являются социально-управленческие и информационные воздействия как совокупность форм и средств влияния на социально-политические объекты.

ПРЕДМЕТОМ ИССЛЕДОВАНИЯ выступают теоретико-методологические и праксеологические проблемы, связанные с особенностями социально-управленческого и информационного воздействия в современной российской политической деятельности.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ. Основная цель диссертационной работы заключается в комплексном социологическом исследовании феномена социально-управленческих и информационных воздействий в современной российской политической деятельности, повышении их социальной ориентированности в достижении социально-значимых целей российского государства и российского общества

Поставленная цель определяет выбор задач.

ЗАДАЧИ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ.

- Выявить социально-управленческие особенности политической ситуации в российском обществе.
- Проанализировать информационную среду и социально-управленческие воздействия в условиях современного российского общества.
- Раскрыть роль и значение контроля за информационной средой для социального управления.
- Определить социально-информационные воздействия как управленческие технологии.
- Осуществить социально-управленческий анализ информационных операций в современной российской политической борьбе.

- Выяснить позиции рассмотрения и особенности социально-управленческих воздействий в массовых информационных процессах.
- Исследовать особенности и задачи основных этапов социально-информационных и управленческих воздействий.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ БАЗА И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Теоретико-методологическую базу исследования составляют принципы историзма, социального детерминизма и системного анализа, классические и современные теоретические положения социологии и теории социального управления. Исследование опирается на общесоциологические законы, концепции социального действия (М.Вебер), идеи технологического освоения социально-политического пространства (Дж.Гилбрейт), «стратегических и коммуникативных действий», теории организации эффективного управленческого воздействия. Учитывая специфику объектов исследования, автор опирается также на ряд главных социологических теорий, социологию политики и теорию коммуникации.

Эмпирическую базу исследования представляет собой комплекс социологических методов сбора эмпирической информации; результаты отечественных и зарубежных социально-политических исследований данные отечественной статистики; вторичный анализ эмпирических данных ранее проведенных социологических исследований (Фонд «Общественное мнение», 2002г., Всероссийский центр изучения общественного мнения, 2004г.), материалы научных конференций, семинаров по рассматриваемому кругу проблем.

НАУЧНАЯ НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ

В процессе реализации основных целей и связанных с ними исследовательских задач, в диссертации были получены следующие, имеющие научную новизну, результаты.

- Проанализированы социально-управленческие особенности политической ситуации в российском обществе, детерминировавшие актуализацию диссертационной проблематики в социологическом знании и в управлении общественными процессами.

- Рассмотрена информационная среда, роль и значение контроля за информационной средой для социального управления.
- Раскрыты сущность и предметное содержание социально-управленческого воздействия как управленческой технологии, уточнено и расширено представление о социально-управленческом воздействии в современной российской политической деятельности.
- Исследованы особенности и задачи основных этапов социально-информационных и управленческих воздействий в соответствии с социально-политической спецификой управляемых объектов.
- Разработаны социологические позиции анализа социально-управленческих воздействий в массовых информационных процессах и показаны особенности социально-управленческого анализа информационных операций в современной российской политической деятельности.

НА ЗАЩИТУ ВЫНОСЯТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ:

1. Актуализация проблематики социально-управленческих и информационных воздействий в российской политической деятельности - закономерный результат общественного развития, отражающего реальную необходимость в эффективном воздействии на социальные институты и организации, общественные политические нормы и ценности, а также возросшие возможности науки по комбинированию и координации методов, направленных на формирование современных демократических параметров российской политической среды. Особенность же современной политической ситуации в России заключается в том, что политический выбор большинства населения не осуществляется на основе учета своих собственных интересов, так как в настоящее время в России еще не сложилась устойчивая социальная структура и соответствующая ей система политических движений и организаций, которые должны выражать социально-политические интересы конкретных социальных групп и слоев населения в политической борьбе.

2. В современной российской политической деятельности в информационно-коммуникативных процессах используются специальные технологии воздействия. Как наиболее универсальное социально-управленческое воздействие, которое широко и активно используется в информационной среде, в первую очередь, выделяется формирование и распространение образов. Суть этого действия заключается в том, что в зависимости от социально-политических целей и конкретных задач формируются и распространяются заранее «сконструированные» образы политических лидеров, партий, движений, которые, как правило, неадекватно отражают реальные существенные их характеристики и, таким образом, дезориентируют людей, на которых направлено социально-управленческое и информационное воздействие.
3. Комплексное использование различных способов социально-управленческих и информационно-коммуникативных воздействий в виде системы политических пропагандистских акций, рекламных компаний выступает в современной России как распространенное средство политической борьбы. В странах западной демократии борьба за политическую власть трансформировалась в информационно-коммуникативные действия. Российская современная политическая ситуация сопряжена с множеством издержек, усиливающих политическую борьбу, зачастую придавая ей излишне драматический характер и высокий уровень социально-политической напряженности в обществе.
4. В социально-информационных воздействиях представленных в виде социально-управленческой технологии выделяется «ядро» технологических элементов воздействия. Используется комплексный методологический критерий, который основывается на учете сочетания трех основных параметров: частота использования приемов в различных управленческих технологиях, широта их применения в разнообразных информационно-коммуникативных ситуациях, степень действенности, связанная с повышением эффекта в социально-политической борьбе.

5. Социально-управленческие и информационные воздействия в политической деятельности осуществляются в виде двух самостоятельных этапов, дополняющих или сменяющих друг друга. В соответствии с определенными социально-управленческими закономерностями и соответствующими механизмами информационного воздействия, функции первого подготовительного этапа заключаются в облегчении восприятия последующих затем политических пропагандистских материалов. Его основное назначение заключается в создании атмосферы доверия между социально-управленческим источником информации и аудиторией воздействия. На втором этапе осуществляется привлечение внимания и возбуждение интереса к передаваемой информации на основании не критического восприятия.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Теоретическая и практическая значимость исследования связана с элементами его научной новизны. Сформулированные основные положения и выводы способствуют расширению и углублению имеющихся в современном научном знании представлений о способах социально-информационных и управленческих воздействий в современной российской политической деятельности, могут быть использованы в целях усиления социальной направленности позиции государства в отношении информационной политики субъектов социально-управленческих и информационных воздействий.

Материалы диссертации могут быть применены при подготовке учебных и консультативных курсов по социологии управления и социологии политики, положены в основу спецкурсов по проблемам организации выборной деятельности для студентов социологов, управленцев, правоведов, а также, аспирантов и специалистов по социально-управленческой работе в образовательной среде.

АПРОБАЦИЯ РАБОТЫ

Основные теоретические и практические положения и выводы диссертации обсуждены на заседании кафедры «Социологии, психологии и педагогики» Московского государственного технологического университета «Станкин», в докладах автора на методологических и аспирантских семинарах кафедры, а также на конференциях, конгрессах и круглых столах. Материалы диссертации использованы в публикациях автора.

СТРУКТУРА РАБОТЫ

Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, девяти параграфов, заключения и библиографии.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается выбор темы диссертации и актуальность исследования, характеризуется степень изученности проблемы в современном научном знании, формулируется объект, предмет, цели и задачи исследования, определяется методологическая, теоретическая и эмпирическая база диссертационной работы, ее научная новизна и практическая значимость.

В первой главе «Значение контроля за информационной средой для социального управления» исследуются социально-управленческие особенности политической ситуации в современном российском обществе, а также дается социально-управленческий анализ информационной среды, социально-управленческих воздействий и информационных операций в современной политической борьбе в России.

Первый параграф первой главы «Социально-управленческие особенности политической ситуации в Российском обществе». Основная направленность эволюции технологий власти и социального управления, цель их изменений и совершенствования заключаются в настоящее время в том, чтобы, используя наименьшие затраты средств и ресурсов, получить максимальный эффект воздействия на людей, обеспечив их «доброволь-

ную» подчиняемость. Высшее качество и наибольшую эффективность современной власти придают знания, позволяющие достичь искомым целей, минимально расходуя ресурсы власти; убедить людей в их личной заинтересованности в этих целях; превратить противников в союзников.

Государственное, административное и иное силовое принуждение все больше заменяется на информационное воздействие и социально-управленческое принуждение. Парадоксальность политической ситуации в российском обществе заключается в том, что политический выбор большинство населения в современных российских условиях не может осуществить на основе учета своих собственных интересов. Это в первую очередь обусловлено тем, что в настоящее время еще не сложилась устойчивая социальная структура и соответствующая ей система политических движений и организаций, которые должны выражать интересы конкретных социальных групп и слоев населения в политической борьбе. Данное явление выступает как ведущий объективный фактор.

В качестве основного субъективного фактора выступают низкая политическая культура и, как основной компонент, отсутствие умения осознать личный политический выбор и его пролонгированные последствия для собственного будущего. Поэтому свой выбор значительная часть общества и населения страны осуществляют не на основе рациональной оценки программ определенных политических движений и их лидеров или их решений и деятельности, а на эмоциональном уровне, на основе сложившегося соотношения симпатий и антипатий, степени доверия и недоверия к конкретным лидерам и организациям.

Как отмечают отечественные исследователи социально-политических процессов в современной России, персонификация политических движений и партий носит гипертрофированный характер: при отсутствии ясных политических программ и последовательно осуществляющих их партий приходится ориентироваться на отдельных деятелей.

В таких условиях избирательные кампании разворачиваются по достаточно типовому сценарию: демонстрация привлекательности рекламируе-

мого кандидата и его позитивных качеств и демонстрация негативных характеристик и качеств оппонентов.

В современных условиях в информационно-коммуникативных процессах используются не просто отдельные приемы, а специальные технологии социального воздействия. Понятие «технологии» уже достаточно прочно вошло в понятийный аппарат не только технических, но и гуманитарных дисциплин. Используются понятия «технологии власти», «технология выборов», «социальная технология», «гуманитарная технология», «историческая технология», «психотехнология», «психологическая и психофизиологическая технология» и т.д. Социальная технология рассматривается как родовое понятие, а все остальные выступают как ее специфические разновидности.

Все они в основном определяются по аналогии с промышленными технологиями как совокупность приемов, методов и средств, используемых для достижения конкретных целей. В частности, как способ осуществления деятельности на основе рационального ее расчленения на процедуры и операции с их последующей координацией и синхронизацией и выбора оптимальных средств, методов их выполнения. Например, целенаправленное воздействие на общественное мнение через средства массовой информации выступает как специфическая разновидность социальной технологии и т.п.

Второй параграф первой главы «Информационная среда и социально-управленческие воздействия в условиях современного российского общества».

Активное использование понятия «информационная среда» можно рассматривать, с одной стороны, как вызванное более углубленным пониманием социальной среды, а с другой — определяемое логикой усиления в современных условиях роли и специфики влияния информационных факторов на жизнедеятельность человека и общества в целом.

Первой характерной особенностью информационной среды общества, а в более широком контексте — всей человеческой цивилизации, является то, что ей присуще постоянное и стремительное расширение, осуществляе-

мое самим же человеком (отдельными личностями, группами людей, организациями, определенными социальными институтами и т.п.). Особенно бурно расширение информационной среды общества происходит в последнее время, и темпы его постоянно растут.

Второй характерной особенностью является то, что в информационной среде в интегрированном виде и разнообразных, зачастую довольно причудливых сочетаниях одновременно функционирует информация, которая адекватно отражает существующий мир, а также деформированная, искаженная информация. Это обусловлено как сложностью самого процесса познания и неполнотой наших знаний о мире, так и пристрастностью, субъективностью людей, ее порождающих, а зачастую — целенаправленным использованием информационных процессов для введения окружающих в заблуждение при достижении собственных целей и игнорировании наносимого своими действиями ущерба другим людям.

Принципы информационного воздействия в общем виде можно сформулировать следующим образом:

Приоритетность (действительная и мнимая) и привлекательность темы для граждан. В соответствии с этим принципом наиболее часто сообщения СМИ касаются таких, например, проблем, как угроза миру и безопасности граждан, терроризм, экологические и иные катастрофы и т.п.

Неординарность фактов. Это означает, что информация о других экстраординарных событиях доминирует над освещением явлений будничной, повседневной жизни. Этим объясняется, в частности, склонность СМИ к информации негативного характера и сенсациям.

Новизна фактов. Привлечь внимание населения в большей степени способны сообщения, еще не получившие широкой известности. Это могут быть новейшие данные о результатах развития экономики или численности безработных, о полете к другим планетам, о новых политических партиях и их лидерах и т.д.

Успех. Согласно этому принципу, в передачи и статьи попадают сообщения об успехах политических лидеров, партий или целых государств.

Особое внимание уделяется победителям на выборах или в рейтинговых опросах. Культ «звезд» в политике, искусстве, спорте — типичное явление для СМИ в рыночном обществе.

Высокий общественный статус. Чем выше статус источника информации, тем значительнее считается интервью или передача, поскольку предполагается, что их популярность при прочих равных условиях прямо пропорциональна общественному положению людей, сообщающих сведения. В силу действия этого правила наиболее легкий доступ к СМИ имеют лица, занимающие высшие места в политической, военной, церковной или других иерархиях: президенты, военачальники, министры и т.д. Им посвящаются первые страницы газет и главные радио- и телепередачи.

Все это активизирует потребности людей в социально значимой информации для своей ориентировки в политической и социально-экономической ситуации на федеральном, региональном и местном уровнях, заставляет их стать активными потребителями информации, участниками информационно-коммуникативных процессов в нашем обществе. Эти явления происходят в условиях бурного развития телекоммуникационных средств и информационной техники, создания качественно новых информационных технологий и систем, что выдвигает информационное воздействие на ключевое место в сфере социального управления в обществе.

В информационной среде, представляющей сложное системное образование, выделяется процессуальная составляющая как наиболее динамичная и изменяющаяся ее часть — информационно-коммуникативные процессы, которые активно воздействуют на индивидуальную, групповую и общественную психологию (индивидуальное, групповое и массовое сознание).

Сегодня специфическим образом организованное изменение информационной среды выступает как своеобразное информационное оружие, которое, в частности, достаточно активно используется в политической борьбе.

Параграф третий первой главы «Взаимодействие личности и информационной среды: социально-управленческий аспект».

Выделение проблемы социально-политической безопасности личности определяется следующими основными причинами.

Во-первых, в связи с переходом к информационному обществу (информационной цивилизации), увеличением масштабов и усложнением содержания и структуры информационных потоков и всей информационной среды многократно усиливается ее влияние на человека, а темпы этого влияния стремительно возрастают. Это определяет необходимость формирования новых механизмов и средств выживания человека как личности и активного социального субъекта в современном обществе.

Во-вторых, взаимодействие человека с информационной средой отличается качественной спецификой и не имеет адекватных аналогов в информационном взаимодействии других биологических структур, технических, социальных и социотехнических систем.

В-третьих, основной и центральной «мишенью» информационного воздействия является человек. Именно от отдельных личностей, их взаимосвязей и отношений зависит нормальное функционирование социальных субъектов различного уровня сложности, любых общностей и социальных организаций — от малой группы до населения страны в целом.

Общим источником внешних угроз информационно-психологической безопасности личности является та часть информационной среды общества, которая в силу различных причин неадекватно отражает окружающий человека мир.

Во второй главе «Социально-информационные воздействия как управленческие технологии» дается общая характеристика социально-информационных воздействий, используемых в сфере внутривнутриполитических отношений, определяется лоббирование как компонент социально-информационного воздействия и проводится социально-управленческий анализ информационных операций в современной политической борьбе в России.

Параграф первый второй главы «Общая характеристика социально-информационных воздействий, используемых в сфере внутривнутриполитических отношений».

Комплексное использование различных способов социально-информационных и управленческих воздействий на людей в виде системы политических операций, разнообразных пропагандистских акций и рекламных кампаний выступает как распространенное средство политической борьбы не только во внешнеполитической деятельности и в условиях международных конфликтов, но и как присущее внутривнутриполитической деятельности.

Являясь компонентом системы политических отношений, социально-информационные воздействия присутствуют в различных измерениях этой системы не только как внешняя, но и как внутренняя политика.

Во внутренней политике социально-информационные воздействия обычно ограничиваются пропагандистским противостоянием политических оппонентов, хотя могут приобретать в отдельных случаях и более сложный комплексный характер. Внутривнутриполитическими примерами социально-информационных воздействий являются пропагандистские столкновения в ходе любой избирательной кампании или борьбы за власть.

Здесь социально-информационные воздействия выступают в качестве действий, направленных на ослабление морального духа политических оппонентов, на подрыв авторитета их руководителей, на дискредитацию их действий, в конечном счете на оказание давления на взгляды отдельных людей и общественное мнение в целом для достижения конкретных целей.

В развитых странах западной демократии и в России борьба за власть трансформировалась в специфические социально-информационные воздействия, основными организационными формами которой выступают психологические операции внутри собственной страны. Переходный период и кризисные условия, в которых находится Россия, сопряжены с множеством издержек в духовной сфере, что в определенной мере усиливает политическую борьбу с широкомасштабным и массовым использованием социально-

информационных воздействий, зачастую придавая им высокий уровень социально-психологической напряженности в обществе. В наиболее явном виде и рельефной форме осуществление социально-информационные воздействия проявляется через организационно-практическую деятельность.

В структуре этой деятельности возможно выделить три основные группы организационно-практических действий:

Во-первых, действия, направленные на организационное, финансовое, материально-техническое и иное обеспечение информационно-пропагандистских (информационно-рекламных) акций с использованием средств массовой коммуникации.

Во-вторых, направленные на обеспечение демонстрационных действий, различных акций поддержки, митингов, демонстраций, собраний, встреч и т.п.

В-третьих, действия по проведению различных переговоров, привлечению влиятельных сторонников, организации финансовой и иной поддержки, проведению выгодных решений в органах исполнительной и законодательной власти на различных уровнях и т.п. Основные организационные формы таких действий современные политологи обозначают как политические игры и лоббирование.

Второй параграф второй главы «Определение лоббирования как компонента социально-информационного воздействия».

Лоббизм можно определить как комплекс различных приемов и методов (прямых и косвенных) воздействия на властные (в основном) структуры с целью достижения определенной цели. Здесь следует сделать три уточнения.

Первое. Под структурами следует понимать конкретных людей, занимающих определенные должности, от которых зависит принятие (непринятие) тех или иных решений. Это может быть как один человек, так и несколько (например, одно решение может зависеть от депутатов, а другое от главы исполнительной власти).

Второе. Решение какого-либо вопроса может носить как положительный, так и отрицательный характер, поэтому лоббирование в равной степени ориентируется и на позитив, и на негатив.

Третье. Лоббизм не следует воспринимать как исключительно материальную стимуляцию должностных лиц (хотя это и является одним из инструментов лоббизма). Помимо этого существует ряд других косвенных возможностей воздействия на определенное лицо, не предусматривающих прямую его «покупку», но заставляющих данное должностное лицо (или лиц) принимать нужное решение. Приемом косвенного воздействия является шантаж.

Лоббизм может рассматриваться как естественная форма достижения поставленных целей, присущая обществу на определенном уровне развития (в экономической, политической и культурной сфере).

Чем более развито общество, тем более сложной является система лоббирования, лоббизм становится профессиональной деятельностью.

Любая крупная фирма или группа фирм (объединенных по отраслевому, территориальному или смешанному признакам) на определенной ступени своего развития неизбежно входит в соприкосновение с властью различного уровня. Наиболее эффективным является объединение усилий нескольких фирм для воздействия на те или иные властные структуры. Вместе с тем фирма (группа фирм), рассчитывающая на долгосрочное воздействие-взаимодействие с властью, должна создавать для этого соответствующие технические и социальные инфраструктуры.

Третий параграф второй главы «Социально-управленческий анализ информационных операций в современной политической борьбе в России».

Информационные действия и информационные операции, по сути дела, выступают элементами информационных войн и информационного противоборства. Специфика операций как элементов военного противоборства или военных операций заключается в специфике используемых средств по отношению к объектам воздействия.

В литературе в настоящее время выделяется система объектов информационного противоборства. В обобщенном виде совокупность данных объектов можно представить в следующем виде:

1. Военно-политическое руководство.
2. Общественные движения, партии, организации и их лидеры.
3. Система формирования общественного мнения.
4. Психика граждан страны.
5. Информационно-телекоммуникационные системы и базы данных органов государственной власти и военно-промышленного комплекса.
6. Системы управления войсками и оружием.
7. Автоматизированные системы управления технологическими процессами в ключевых сегментах инфраструктуры государства.

Достаточно очевидно, что указанные выше объекты по специфике подверженности информационному воздействию разделяются на две основные группы. Первая группа включает категории объектов 1—4, перерабатывающих информацию на основе законов функционирования психики человека. Вторая группа включает категории объектов 5—7, перерабатывающих информацию на основе законов функционирования технических систем. Специфичность используемых в информационных операциях средств (конкретного информационного оружия), а также особенности тактики и стратегии в первую очередь будут зависеть от того, к какой группе объектов информационного противоборства относится объект (информационная система) воздействия (к первой или второй).

Таким образом, и применяемое к этим группам объектов информационное оружие должно быть весьма специфическим и различным для указанных групп объектов.

В настоящее время для решения ряда специфических задач обеспечения безопасности в процессе политической борьбы активно формируются такие исследовательские направления, как теория и практика информационного противоборства, информационно-психологическая безопасность и психологическая защита личности, обеспечение информационно-

психологической безопасности избирательных кампаний в российских условиях.

В третьей главе «Социально-управленческие воздействия в массовых информационных процессах» приводятся позиции рассмотрения и особенности социально-управленческих воздействий в массовых информационных процессах, анализируются задачи основных этапов и социальная техника управленческих воздействий в массовом информационном процессе.

Первый параграф третьей главы «Позиции рассмотрения и особенности социально-управленческих воздействий в массовых информационных процессах».

Возможны различные подходы к описанию социально-управленческих воздействий, используемых в средствах массовой коммуникации.

Прежде всего необходимо отметить, что специфика каналов распространения информации для массовой аудитории, целей, которые при этом преследуют СМИ, и особенностей их воздействия требует несколько иного подхода к рассмотрению социально-управленческих воздействий в средствах массовой коммуникации.

Современный арсенал социально-управленческих воздействий во многом заимствован из предпринимательской деятельности, благодаря которой расширялись средства, способы и приемы психологического воздействия на массы. Огромную роль в развитии этих приемов и методов сыграло техническое развитие современных средств массовой информации, новые возможности аудиовизуальных эффектов, породившие своеобразную субкультуру образов и мифов.

Существуют основные факторы, определяющих подверженность человека социально-управленческим воздействиям и, соответственно, степень их действенности и опасности для личности.

Причем их целесообразно разделить, хотя и в некоторой степени условно, на две относительно самостоятельные подгруппы.

Во-первых, так называемые ситуативные, или ситуационные, факторы, связанные непосредственно с конкретной информационно-коммуникатив-

ной ситуацией, например психические состояния, вызванные нахождением в толпе, на митинге, различными стрессогенными факторами, участием в групповой дискуссии, переговорах, в том числе в экстремальных условиях и т.д.

Во-вторых, внеситуативные, или внеситуационные, — устойчивые социально-психологические характеристики, индивидуально-личностные особенности человека, например внушаемость, критичность, подозрительность, негативизм, недоверчивость и т.д. Существует множество возможностей влиять на сознание человека, особенно в условиях, когда он пользуется ограниченной и искаженной информацией.

Как показывает анализ применения социально-управленческих воздействий в различных информационно-коммуникативных ситуациях, многие структурные элементы повторяются и носят достаточно общий, универсальный характер, некоторые более специфичны и имеют более локальную сферу применения.

Сложность классификации способов социально-управленческих воздействий связана с тем, что, как правило, в конкретном коммуникативном процессе используется сочетание нескольких приемов, обозначение такого сочетания и его наименование дается по одному из используемых приемов, который выступает как основной в данном случае.

Второй параграф третьей главы «Особенности и задачи основных этапов социально-информационных и управленческих воздействий»

Достаточно устоявшейся точкой зрения среди зарубежных и отечественных специалистов является тот факт, что социально-управленческие и информационные воздействия на людей как объектов пропагандистских акций осуществляется в виде двух относительно самостоятельных этапов, дополняющих или сменяющих друг друга.

В соответствии с закономерностями информационного воздействия функции первого подготовительного этапа заключаются в облегчении восприятия последующих затем пропагандистских материалов. Его основное назначение заключается в создании атмосферы доверия между коммуника-

тором (источником информации) и аудиторией воздействия. В связи с тем что информация воспринимается легче, если для этого создана благоприятная почва, в задачи первого этапа входит разрушение у адресата имеющихся психологических установок, барьеров к восприятию последующей информации независимо от того, покажется ли она адресату неприятной.

На втором этапе осуществляется привлечение внимания и возбуждения интереса к передаваемым сообщениям на основании некритического восприятия и усвоения аудиторией (слушателями, читателями, зрителями) получаемой информации, что позволяет в значительной степени увеличить внушающий эффект воздействия информации в ущерб ее рациональной оценке. На этом этапе также активно используются техника и специальные приемы социально-информационных воздействий воздействия.

Деление на указанные выше этапы является относительно условным, и не следует это рассматривать так, что сначала идет серия информационных сообщений, решающих лишь задачи первого этапа, а затем следуют пропагандистские материалы в соответствии со вторым этапом социально-управленческого воздействия.

СМИ создают лишь иллюзию независимости, объективности, возможности выбора из различных точек зрения и опоры на мнение аудитории. Мнение аудитории, у которой возникает негативная ответная реакция на определенную информацию, не распространяется на всю аудиторию воздействия. Массовая аудитория территориально разбита, и люди, потребляющие информацию, находятся если не в одиночестве, то по крайней мере в малых группах и имеют возможность возразить разве что друг перед другом. Публичное выражение своего протеста в отношении текущей информации нереально, а именно она становится постоянно действующим инструментом воздействия на людей, которые при современной системе информирования обречены на пассивность и существование лишь в качестве объекта воздействия.

Демонстрация подтасованных результатов опросов, «фильтрация» звонков в студию, организация «мнения общественности» через подстав-

ных лиц и многие другие приемы направлены на то, чтобы у человека, имеющего иное мнение, сформировать социальную установку «белой вороны» — оказывается, другие, и их много, думают иначе. Порой несогласие и инакомыслие сознательно или случайно допускается: например, озвучивается возмущенный телефонный звонок или публикуется протест.

Параграф третий третьей главы «Социальная техника управленческих воздействий в массовом информационном процессе».

В последнее время технологии и приемы социально-управленческого и информационно-психологического воздействия на массовое сознание получили дальнейшее развитие в практике функционирования российских СМИ. Появление многочисленных печатных и электронных СМИ определило тактику первоначального этапа их функционирования, которая строилась на активном использовании техники формирования доверия и привязанности к источнику информации. Одним из приемов, который применяется для создания подобного доверия, является формирование имиджа «особой осведомленности».

Так называемой «серой пропагандой» активно используется прием, который заключается в смешивании достоверной информации с фабрикуемой и известный под названием полуправды.

Закрепление доверия и привыкания к обращению к одному и тому же источнику информации не будет достаточно эффективным, если оно не будет опираться на эксплуатацию базовых потребностей человека, осуществляемых через СМИ. К одной из таких потребностей, по мнению ученых, следует относить коммуникативную потребность человека. Актуализация этой потребности связывается специалистами с использованием в СМИ техники оперативного информирования. В современном мире зависимость человека от информации (если только он не изолирован от общества) чрезвычайно велика. Осведомленность, базирующаяся на оперативности в получении значимой для человека информации, дает преимущество в предпринимательстве, политике, науке и других областях человеческой деятельности.

Эффекту сверхоперативности сопутствует такой прием, как придание сообщению видимости сенсационности, то есть необычности, неординарности происходящего, причем даже в тех случаях, когда этого на самом деле нет.

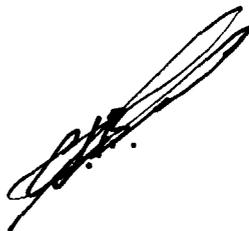
Известно, что чем более нестабильна ситуация в обществе, тем больший спрос на прорицателей. Материалы СМИ, отобранные в качестве иллюстрации верных прогнозов, зачастую лишь плод проведенной селекции — из всего многообразия предварительных версий о возможных событиях отбирается только та, которая оказалась ближе к реальности, об остальных просто не вспоминают. Доверие создается также более оперативной информацией о текущих событиях, изменениях обстановки, с преобладанием тематики, не находящей освещения в других источниках. Сообщения по таким темам стараются сделать просто и убедительно.

Использование информационных приемов, включая комплексное и массированное их применение, имеет значительно меньший эффект в аудитории информированной, с устойчивой системой обоснованных взглядов, а также знающей технику социально-управленческих и информационных воздействий воздействия и обладающей некоторым опытом целенаправленной социально-политической защиты.

В Заключении диссертационной работы подводятся основные итоги исследования, делаются обобщенные выводы и резюмируются важнейшие теоретические и методологические положения диссертации.

Основные положения и результаты исследования отражены в публикациях:

1. Социальная техника управленческого воздействия в массовом информационном процессе. - Проблемы управления социальными и технологическими процессами. М., Станкин, 2005 г. 0,9 п.л.
2. Основные этапы социально-управленческих и информационных воздействий в политической деятельности. - Проблемы управления: современное состояние и пути решения. М.: «Янус-К», 2005 г., 0,8 п.л.
3. Взаимодействие личности и информационной среды: социально-управленческий аспект. - Информационные технологии в технических и социально-экономических системах. Вып. 3. М: «Янус-К», Станкин, 2004 г., 0,5 п.л.



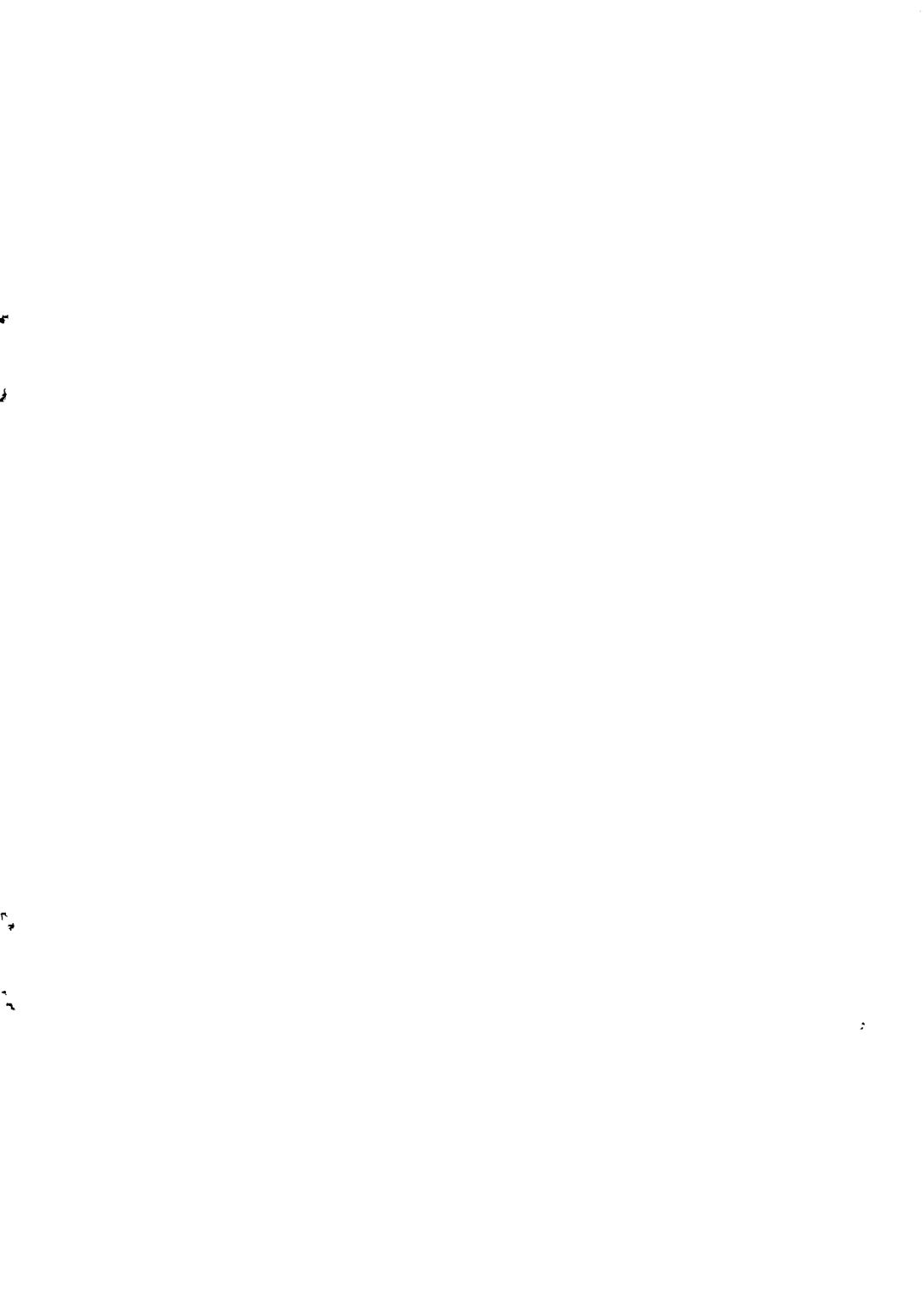
**Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

Симунин Леонид Валерьевич

**СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ СОЦИАЛЬНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ
И ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЗДЕЙСТВИЙ В РОССИЙСКОЙ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Лицензия на издательскую деятельность ЛР №01741 от 11.05.2000
Подписано в печать 09.11.2005. Формат 60x90¹/₁₆
Уч.изд. л. 1,5. Тираж 100 экз. Заказ № 193

Отпечатано в Издательском Центре МГТУ «СТАНКИН»
103055, Москва, Вадковский пер., д.3а



№ 24896

РНБ Русский фонд

2006-4

25728