

УДК 32.019.5+316.658

**С.В. Ставченко, канд. філос. наук, доцент**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара  
просп. Гагаріна, 72, м. Дніпропетровськ, 49010*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «КРИЗА-КОНТРОЛЬ» В АНТИКРИЗОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЯХ**

*Розглядаються особливості застосування технології «криза-контроль» в антикризових інформаційних операціях, визначаються основні напрями роботи кризових менеджерів, розкривається зміст основних прийомів та методів з реалізації цієї технології.*

***Ключові слова:** антикризові інформаційні операції, технології «криза-контроль», кризовий менеджер, прийоми та методи керування інформаційними потоками.*

Сьогодні політичний процес уже неможливо уявити без організації інформаційного супроводження дій і вчинків, які здійснюються політичними акторами під час завоювання та утримання влади. З метою цілеспрямованого впливу в межах інформаційної роботи політичних акторів розробляються і реалізуються спеціальні антикризові інформаційні операції, які забезпечують формування сприятливого уявлення про діяльність деякого суб'єкта політичного процесу, виправлення негативного ефекту від інформаційних повідомлень про нього, створення несприятливого іміджу його опонентів тощо. Такі операції застосовуються не тільки як складова частина інформаційної кампанії певного політичного суб'єкта, а і є частиною інформаційного супроводження широкомасштабних антикризових кампаній (які виходять за межі інформаційної роботи).

Незважаючи на важливість антикризових інформаційних технологій у сучасній політичній практиці, вітчизняні автори відносно нещодавно почали приділяти увагу вивченню цих питань. Дана проблематика, актуалізована в західній політичній науці наприкінці 1980-х рр. завдяки публікаціям Х.-Б. Брозіуса, Ф. Ессера, Г. Куртца, Дж. Мальтезе, К. Рейнеманна, П. Річардса, Д. Уоттса, Д. Фана та ін. у вітчизняному науковому дискурсі поки що недостатньо осмислена. Тут можна виокремити доробки В. Бебика, О. Бойка, В. Горбатенка, Н. Гульбінського, О. Гуляєва, Є. Сорокіної, Б. Калініченка, К. Кобріна, В. Кривошеїна, С. Левченка, О. Литвиненка, А. Миронова, Ю. Носового, Д. Ольшанського, Г. Почепцова, В. Рєви, Н. Яковлевої та ін.

Мета дослідження – розкрити особливості застосування технології «криза-контроль» (crisis control) в антикризових інформаційних операціях.

Зародившись у 1980-х рр. у США, антикризові інформаційні технології почали активно використовуватися і в інших західних країнах. Сьогодні такі технології розглядаються як стрижень, основа всього сучасного політичного впливу.

Сферу проведення антикризових інформаційних операцій можна визначити як менеджмент новин, який набуває особливого значення у таких кризових ситуаціях, як страйк, нібито неправильно витлумачений виступ політичного діяча (оскільки заява цієї особи викликала небажаного резонансу, тому цей ефект необхідно виправити, тобто надати їй правильну інтерпретацію). У зв'язку з цим Б. Брюс говорить про те, що метою подібної роботи є прийняття правильної лінії мас-медіа [1, с.296]. Про доцільність цієї роботи говорить і Дж. Мальтезе, який у якості завдання перед командою Білого дому визначав наступне: «впливати до максимально можливого рівня на те, які новини з'являться в мас-медіа про адміністрацію та її політику» [2, р.3]. Успіх цієї роботи залежить від того, чи зможе прес-служба Адміністрації Президента США інтелектуально переіграти мас-медіа. У результаті чого 50-60 співробітників відділу комунікації Білого дому в змозі управляти настільки складним і тонким об'єктом, яким є громадська думка, а точніше, відбиття її уваги в «порядку денному», тобто тих тем, про які будуть сьогодні говорити (це дуже нагадує технологію «темників», яка застосовувалася Адміністрацією Президента України, якою керував Віктор Медведчук).

Сучасна держава через підконтрольні їй ЗМІ активно використовує антикризові інформаційні технології: вона розміщує на шпальтах «своїх» газет, в ефірі радіо і телебачення лише такі матеріали, які сприятливі уряду, і цензурують будь-які матеріали, які містять критику уряду. Класичним прикладом цього є дії американського військового керівництва на початку війни в Іраку, коли воно намагалося залучити різні PR-фірми для створення неправдивої, але позитивної інформації з метою підвищення суспільного схвалення війни. Деякі військові посадовці не хотіли приєднуватися до представників прес-служб, оскільки побоювалися підризу довіри до військових. Ця робота ґрунтується на застосуванні тактики роздування маленьких обставин з метою отримання певної реакції громадськості [3].

На базовому рівні основу антикризових інформаційних технологій становить схема «криза-контроль» (crisis control), яка здійснює управління подій, що виходять з-під контролю, і передбачає встановлення особливого контролю за їх висвітленням, а також використання «подієвих криз» для

розкручування потрібних тем [4, р.121]. За цих умов робота прес-секретаря переорієнтовується на роботу кризового менеджера.

До завдань кризових менеджерів з питань виправлення небажаних ефектів повідомлень у мас-медіа відносяться: скорочення кількості керованих параметрів; зсув інтересів і реакцій у бік первинних; змінюються канали масової комунікації. Для досягнення поставлених завдань кризові менеджери застосовують такі прийоми: переведення паніки в прості зрозумілі дії; прагнення показати, що влада вживає зусилля по зміні ситуації (надія, відволікання від аналізу причин); вихід негативним емоціям по фіксованих каналах (каналізація агресії); відмова від показу негативної реальності у всій повноті.

Ефективність діяльності кризових менеджерів здебільшого залежить від наявності ресурсів для встановлення подібного контролю. Зрозуміло, що достатнім обсягом ресурсів (і в першу чергу, адміністративних) володіють органи держави.

До прийомів керування інформаційними потоками, які складають технологічний арсенал кризового менеджера, входять методи «фільтрації інформаційного потоку» [5]. Зокрема до них відносять такі:

– Метод «заслінки», коли створюється перешкода появі інформації про якісь теми і явища. Реалізація цього методу можлива лише при повному контролі за джерелами інформації. При його використанні завжди задіюються всі можливі механізми контролю за доступом до інформації, навіть якщо інформація формально не підпадає під жодну з видів таємниць. Тут приводиться в дію механізм схованого блокування. З боку аудиторії метод проявляється у повному зникненні тієї чи іншої актуальної теми з інформаційного поля.

– Метод «однобічний негативний вентиль» має на увазі випуск в інформаційне поле тільки інформації з негативною інтерпретацією про подію або явище. При його втіленні в життя найважливіше – це не допустити просочування в інформаційне поле іншої точки зору, що може бути досягнуто або за допомогою системи силового контролю, або з використанням негласних домовленостей з головними редакторами ЗМІ. Різновидом цього методу є метод «однобічний позитивний вентиль», коли відбувається поширення інформації з позитивною інтерпретацією.

– Метод «відкритий вентиль» передбачає створення надлишкової інформації через скидання в суспільство інформації в обсязі, що перевищує середній рівень, причому цей обсяг повинен перевищувати можливості свідомої переробки й засвоєння інформації адресним суб'єктом. У результаті відбувається «зрив раціональної діяльності» його свідомості (фрустрація на рівні суспільної свідомості), наслідком розвитку якого є синдром «юрби». Це основний метод для розвитку «сніжної груді» в інформаційному полі.

– Метод «двобічний відкритий вентиль» являє собою створення декількох надлишкових інформаційних потоків із протилежними оцінками судженнями. Безконтрольне застосування цього методу може привести до глибокої внутрішньополітичної кризи й розколу суспільства.

– Метод «часовий селектор» передбачає особливий часовий режим каналів інформування. У залежності від поставленої мети він може: а) використовувати «шокову» подачу інформації (надзвичайні повідомлення, сенсації тощо); б) працювати в епізодичному режимі («випадковий витік інформації», частіше використовується для дезінформації); в) функціонувати в періодичному режимі – звичайно для створення стійкого звання (реклама, транслявання по телебаченню, зображення неофіційної символіки тощо).

– Метод «багатоанковий селективний вентиль» – це комбінована подача інформації. Він поєднує усе вище перераховані методи. Найбільше часто використовується багатопланова інформація, що включає нейтральну інформацію, блок позитивної інформації, блок «об'єктивістської» інформації, у яку епізодичним фрагментом входить задана тенденційна інформація.

– Метод впливу на емоційний і підсвідомий рівень суб'єкта застосовується з метою ослаблення й поступового витиснення у суб'єкта здатності раціонального типу мислення. Для цього використовують всі перераховані методи в поєднанні з «шумовим» методом подачі інформації, характерним для «масової» аудиторії. У його основі лежить принцип, коли на основну інформацію навішується безліч нібито зв'язаних матеріалів, але які прямо не стосуються до неї. Таким чином, створюється «інформаційний шум». Головна тема губиться під обсягами похідних тем.

Український фахівець з антикризової інформаційної роботи Г. Почепцов додає такі методи часткової фільтрації інформації, які дозволяють знизити ефективність одного чи декількох повідомлень:

– «парасолька» заснований на механізмі, коли повідомлення просто не досягає запланованого споживача;

– «лійка» побудований так, що повідомлення нейтралізується сумарною дією інших повідомлень;

– «колесо» передбачає підміну в масовій свідомості інформації одного повідомлення іншим за допомогою виділення його як більш важливого;

– «заміна» будується на тому, що сумніву піддається не інформація повідомлення, а її джерело або медіатор [6, с. 110-112].

Під час підготовки інформаційних матеріалів для ЗМІ доцільно використовувати такі методи:

– «Вибірковий добір інформації», суть якого полягає в спеціальному підборі й використанні тільки тих фактів, які є вигідними для інформаційно-психологічного впливу реклами. Варто зазначити, що цей метод активно застосовується в політичній боротьбі, в управлінні соціально-політичними процесами, у виборчих кампаніях.

– «Фрагментація», яка передбачає подачу інформації єдиним потоком, щоб виявити яку-небудь тенденцію було дуже важко, а масовому споживачеві – практично неможливо. Граничним вираженням методу фрагментації є прийом «Білий шум» – зниження сприйняття фактів подачею такої кількості новин, коли стає неможливим зробити їхнє сортування (дещо нагадує метод «відкритий вентиль»). «Шум» може створюватися різноманітним суперечливих коментарів, суперечливих думок без згадування будь-якого факту й проведення аналізу. «Шум» може створюватися через супроводження фактів складними теоретичними викладами, заумними виступами експертів.

– «Відволікання», або «Копчений оселедець» (red herring) – в основу цього методу покладена алегорія: «щоб збити собаку зі сліду, достатньо протягти через слід копчений оселедець». Метод застосовується для того, щоб відволікти увагу аудиторії від важливої, але незручної інформації за допомогою іншої інформації, поданої в максимально сенсаційній формі. Створюється відволікаюча емоційна домінанта.

– «Створення фактів» – суть цього прийому полягає в тому, щоб у добірці новин передати дійсні правдоподібні, дійсні неправдоподібні й вигадані правдоподібні факти – сумніви щодо другої категорії розвінчуються досить легко, а факти третьої категорії проникають у свідомість автоматично.

– «Об'єктивний підхід», суть якого полягає в підборі фактів і вмілому їх коментуванні – шляхом виключення деяких маловідомих фактів або їхнього додавання можна «виявити» неіснуючу тенденцію і тим самим «запустити» її насправді. Цей ефект прийнято називати ефектом Едипу.

– «Витік секретної інформації», під час реалізації даної технології «секретна» інформація, яка, як правило, отримується ЗМІ із «анонімних джерел», стосується передбачуваних політичних акцій влади або осіб, що претендують на неї. Витік найчастіше організуються самою владою для того щоб провести зондаж громадської думки з того чи іншого політичного питання. У випадку негативної реакції громадська думка піддається додатковій обробці, щоб підготувати її до певної політичної акції. А якщо реакція на повідомлення виявляється вкрай негативною (несприятливою), то влада завжди може «спростувати» сенсаційну інформацію, оголосивши її «вільними вигадками журналістів». Витік використовують і опозиційні діячі для того, щоб оприлюднити які-небудь непопулярні задуми або дії представників влади [7, р. 105].

Таким чином, базовою технологією антикризових інформаційних операцій є кризовий контроль, пов'язаний із здійсненням управлінського впливу на події, що виходять з-під контролю, і встановлення особливого контролю за їх висвітленням, а також використання «подієвих криз» для розкручування потрібних тем. Для реалізації цієї технології активно застосовуються такі методи інформаційної роботи, як «заслінка», «однобічний негативний вентиль», «відкритий вентиль», «двобічний відкритий вентиль», «часовий селектор», «багатоанковий селективний вентиль», «парасолька», «лійка», «колесо», «заміна», «вибірковий добір інформації», фрагментація, відволікання («копчений оселедець»), створення фактів, «об'єктивний підхід», витік секретної інформації та ін.

#### **Бібліографічний список використаної літератури**

1. Брюс Б. Маркетинг власти / Б. Брюс; пер. с англ. // Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство вообразаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – С. 295-301.
2. Maltese J.A. Spin Control. The White House Office of Communications and the Management of Presidential News / J.A. Maltese. – Chapel Hill: The University of North Carolina, 1992. – 541 p.
3. Just What Iraq Needs: More U.S. Propaganda. – Los Angeles Times. – 2007. – April 18.
4. Watts D. Political Communication Today / D. Watts. – Manchester: Academia, 1997. – 496 p.
5. Кот В. Поле борьбы – информационное пространство / В. Кот // Военный парад. – 1997. – № 6. – С. 86-87.
6. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2000. – 576 с.
7. Meyerhoff A.E. The strategy of persuasion. The use of advertising skills in fighting cold war / A.E. Meyerhoff. – N.Y.: Coward. McCann, 1965. – 191 p.

*Надійшла до редакції 18.09.2013 р.*

**Ставченко С.В. Особенности применения технологии «кризис-контроль» в антикризисных информационных операциях**

Рассматриваются особенности применения технологии «кризис-контроль» в антикризисных информационных операциях, определяются основные направления работы кризисных менеджеров, раскрывается содержание основных приемов и методов по реализации подобных технологий.

**Ключевые слова:** антикризисные информационные операции, технологии «кризис-контроль», кризисный менеджер, приемы и методы управления информационными потоками.

**Stavchenko S. Features of the application for the «crisis control» technology in the crisis information operations**

The article addresses the use of the «crisis-control» technology in the anti-crisis information operations, defined are the basic directions of work of crisis managers, reveals the contents of the basic techniques and methods for the implementation of such technologies.

**Keywords:** anti-crisis information operations, technologies «crisis-control, crisis manager, techniques and methods of information flows control.