

Пашенцев Е.Н.

Коммуникационный менеджмент как важный фактор обеспечения национальной и международной безопасности

В современных условиях явно нарастает напряженность и конфликтность в сфере международных отношений, что является результатом действия множества факторов социально-экономического, политического, военного, научно-технического и культурного развития. Очевидным образом при этом страдает национальная и международная безопасность, и в этом тревожном процессе нет исключений, включая и самую мощную в военно-экономическом отношении державу современности – США.

Чем больше множатся международные проблемы, чем больше стратегических рисков таит будущее – тем больше приходится платить за бремя лидерства. Соединенные Штаты сегодня далеко опередили по своим расходам на военные нужды другие страны, но это и явилось одной из главных причин колоссального долга США (отношение долга к ВВП выросло с 33% при президенте Дж. Картере до 69% при президенте Дж. Буше-младшем в 2007 г.). Если на начало 2008 г. национальный долг США (официально не включает в себя долги штатов, корпораций и т. д) составлял 9,4 трлн. долл., в 2011 г. он превысил 15 трлн. За 232 года существования Соединённых Штатов (с 1776 по 2008 г.) их совокупный госдолг достиг 9,5 трлн. долл.; за три следующих года (2008–2011 гг.) он увеличился более чем на 5 трлн. долл.

По отношению к ВВП национальный долг перешагнул отметку в 100% в начале 2012 г., что дает худший после окончания Второй мировой войны¹ показатель, а это, без сомнения, одна из причин нынешнего экономического кризиса. 12 января президент Барак Обама уведомил Конгресс о том, что величина государственного долга страны близка к лимиту, установленному законом. Одновременно Обама потребовал, направив соответствующий законопроект, чтобы Конгресс разрешил повысить этот потолок еще на 1,2 трлн. долл. Сейчас ограничение госдолга поднято до 16,394 трлн. долл.

Профессор истории и директор Центра по изучению проблем международной безопасности Йельского университета Пол Кеннеди опубликовал в газете *The Wall Street Journal* (США, 14 января 2009 г.) статью «Закат американского могущества». Симптоматично, что профессор поминает при этом Чехова. Диагноз Америке прост – «имперское перенапряжение сил».

Еще более двадцати лет тому назад он высказал предположение, что сильный

¹ CBO's 2011 Long-Term Budget Outlook. Congressional Budget Office Summary. CBO. June 2011. P. 1.

человек с гармонично развитой мускулатурой способен в течение долгого времени идти в гору даже с весьма увесистым рюкзаком на плечах. Но если сил у этого человека становится все меньше (экономические проблемы), а груз остается прежним или даже увеличивается (доктрина Буша), и двигаться надо по сильно пересеченной местности (появление на арене новых великих держав, международный терроризм, проблема несостоятельных государств), наш энергичный пешеход начинает замедлять шаг и даже спотыкаться.

Именно тогда более проворные, меньше нагруженные люди могут сначала сократить отставание, затем поравняться с ним, и, возможно, даже обогнать. Что и происходит сегодня с США. П. Кеннеди отмечает: «Наша страна обладает огромными преимуществами по сравнению с другими великими державами с точки зрения демографической ситуации, соотношения между размером территории и численностью населения, сырьевых богатств, потенциала научных учреждений и лабораторий, гибкости трудовых ресурсов и др. Все эти сильные стороны Америки почти десять лет затушевывались политической безответственностью Вашингтона, безудержной алчностью Уолл-стрита и иже с ним, и военными авантюрами за рубежом»². Лучше не скажешь.

Страны Европейского Союза по ряду признаков вступают в полосу очередной рецессии, очень серьезные проблемы стоят в различных сферах жизни Китая, Индии, России, Бразилии, Пакистана, Мексики... Спектр противоречий средних и малых стран в подавляющем числе случаев очень широк, но острота проблем порой даже не развития, а элементарного выживания сотен миллионов людей в десятках странах мира, вносит свой негативный вклад в международную нестабильность.

Совокупность национальных проблем современного капитализма имеет общий знаменатель в лице усугубляющейся международной нестабильности, чреватой как новыми локальными войнами, так и угрозой новой мировой войны, которая не может вечно блокироваться гарантированным уничтожением в пламени ядерной войны ее возможных активных участников и пассивных зрителей. Ни одна страна мира не может чувствовать себя в безопасности в небезопасном мире – это простой закон, действие которого ощущают жители даже самых преуспевающих или сильных в военном отношении государств.

Решающим фактором укрепления международной безопасности, как и всех

² Кеннеди П. Закат американского могущества // InoСМИ.Ru. 14.01.2009. URL: www.inosmi.ru/world/20090114/246657.html (03.04.2012).

субъектов системы международного права, могли бы стать назревшие социально-политические и экономические перемены в странах – лидерах мирового развития, которые, в свою очередь, стимулировали бы процесс ускоренного и, в то же время, социально-ориентированного развития стран цивилизационной периферии. Безусловно, что для верных решений стратегического порядка нужна адекватная проработка соответствующих решений с привлечением широкого круга специалистов и учетом мнения общественности, если, конечно, речь идет о решениях в рамках демократического поля. Нужна соответствующая система симметричных коммуникаций, эффективной обратной связи властей и населения и коммуникационного менеджмента в интересах решения многочисленных проблем, а не близорукого пропагандистского манипулирования во имя сиюминутных выгод и корыстных интересов.

Интеграция коммуникаций в интересах управления: возможности и риски

В последние годы в бизнесе и политике явственно наметился сдвиг в сторону дальнейшей интеграции коммуникаций. Сегодня на уровне транснациональных корпораций, во внутренней и внешней политике ведущих стран мира идет постепенный, не всегда заметный, но от этого не менее очевидный процесс формирования нового самостоятельного вида специального управления – коммуникационного менеджмента (КМ). Ассимилируя опыт капитанов мирового бизнеса, государств-лидеров в системе международных отношений, более широкие слои национальных деловых и политических элит получают со временем ограниченный доступ к высокоэффективному использованию коммуникационных технологий в управленческом контексте.

Почему, однако, при этом не воспользоваться «старым добрым» PR? Многие специалисты в России и за рубежом определяют PR как «одну из основных и наиболее значимых функций менеджмента организации»³, управленческую функцию «по установлению и поддержанию взаимовыгодных отношений между организацией и общественностью»⁴ либо рассматривают связи с общественностью как управленческую деятельность⁵. Более уместной представляется точка зрения, что паблик рилейшнз, выполняя функцию «коммуникационного управления» или являясь управленческой деятельностью, выполняет и другие задачи, которые выходят за рамки управленческих дисциплин⁶. Не случайно и в российском стандарте высшего образования по связям с

³ *Алешина И. В.* Паблик рилейшнз для менеджеров. М., 2002. С. 13.

⁴ *Катлин С. М., Сентер А. Х., Брум Г. М.* Паблик рилейшнз. Теория и практика. 8-е изд. М., 2000. С. 25.

⁵ *Тулъчинский Г.* Public Relations: репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство. СПб., 1997. С. 21; *Хэйвуд. Р.* Все о Public Relations. М., 1999. С. 13.

⁶ *Ньюсом Д., Ван Слайк Терк Дж., Крукеберг Д.* Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. 7-е изд. М., 2001. С. 5. *Шшикина М. А.* Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб., 2002. С. 91.

общественностью специализация «коммуникационный менеджмент» – лишь одна из многих.

Как бы то ни было, определенная сложность в понимании взаимодействия многочисленных функций публич рилейшнз, известная незавершенность в разработке управленческих основ и технологий PR и, в еще большей мере, невостребованность и/или непонимание управленческой роли связей с общественностью в бизнесе и политике, определяли и во многом продолжают определять место PR как «золушки» маркетинговых коммуникаций во многих компаниях и организациях.

Следует также принять во внимание, что в целом в Европе англо-американский термин «публич рилейшнз» не так широко распространен, как в России. Во многих странах даже не принято его употреблять. Все больше принято говорить о «корпоративных коммуникациях» или «коммуникационном менеджменте», особенно, в странах Центральной и Северной Европы⁷. Однако данное обстоятельство отнюдь не мешает в англосаксонском мире, именно PR использовать как наглядное воплощение коммуникационного менеджмента (хотя и там последний все чаще выступает под своим именем).

Есть еще одно немаловажное обстоятельство, которое, не ставя под вопрос управленческие возможности PR, позволяет, однако, высказать сомнение в том, что исключительно в рамках публич рилейшнз можно поставить и решить весь комплекс задач коммуникационного менеджмента. Дело именно в том, что цели и методы «открытых» для общества коммуникаций, к которым принадлежит и PR, далеко не тождественны «закрытым» коммуникациям спецслужб, сложным управляющим схемам в информационно-психологическом противоборстве. Очевидно, например, что система управления людьми посредством коммуникаций накануне и в ходе межгосударственного военного конфликта, тем более полномасштабных военных действий, радикально отличается по спектру технологий, этическим стандартам от решений, предлагаемых публич рилейшнз, хотя и включает по мере надобности инструментарий PR.

Функции спецслужб не подразумевают замену ими функций управления государственными и частными структурами современного общества. «Государственная», «национальная», «общественная» безопасность, при всей их важности, суть понятия гораздо более узкие, чем «государственное управление». Однако без спецслужб и соответствующих технологий коммуникаций современное общество обойтись не может.

⁷ См. подробнее: *Ruler B. van, Vercic D. Public Relations and Communication Management in Europe. Hague, 2004.*

Интеграция управления гражданскими и силовыми структурами осуществляется, прежде всего, на высшем государственном уровне (президент – верховный главнокомандующий). В рамках корпораций деятельность корпоративных отделов безопасности также интегрируется в общую структуру управления, осуществляемого топ-менеджерами.

Очевидно, назрела пора поиска адекватных форм интеграции в управление «открытых» и «закрытых»⁸ коммуникаций в их развитой форме. Общее и особенное, то, что их объединяет и разделяет, часто весьма условная грань между ними – все это и служит материальной основой для становления коммуникационного менеджмента в современных условиях, определяя, вместе с тем, важную роль КМ в обеспечении общественной и международной безопасности. При этом встает целый комплекс очень сложных морально-этических и политических проблем, которые для общества крайне опасно «не замечать», поскольку можно лишиться весьма относительной и несовершенной, но все же демократии, даже не заметив этого.

Появилось много исследований, в которых раскрываются предмет, основное содержание и технологии коммуникационного менеджмента, которые базируются на системном использовании и дальнейшем развитии арсенала PR, рекламы, других средств маркетинговых коммуникаций, огромного потенциала СМИ, неформальных коммуникаций в управленческом контексте⁹.

Нетрудно заметить, что акцент в большинстве определений КМ¹⁰ сделан на

⁸ Под закрытыми коммуникациями мы понимаем вид непубличных коммуникаций, использующих сложные системы латентного воздействия на целевые аудитории и достижения целей коммуникатора. К непубличным коммуникациям, наряду с закрытыми, относятся приватные, секретные, специальные и другие виды коммуникаций. Для закрытых коммуникаций характерно использование коммуникационных технологий, широко применяемых в деятельности спецслужб и частично в практике лоббирования, таких как: технологии дезинформации, антипереговорные стратегии, нейролингвистическое программирование, скрытое управление посредством невербальных и паравербальных коммуникаций, коммуникационно-психологические аспекты вербовки и работы с ключевыми лицами принятия решений и др.

⁹ *Зверинцев А.Б.* Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996; *Карбасова О.В.* Коммуникационный менеджмент во внешней политике Франции в конце XX века. М., 2010; Коммуникационный менеджмент в бизнесе и политике / Под ред. Е.Н. Пашенцева. М., 2007. Т. 1–2; Коммуникационный менеджмент / Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004; *Орлова Т.М.* Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. М., 2002; *Орлов А.С.* Введение в коммуникационный менеджмент. М., 2005; *Савруцкая Е.П., Кузнецова Е.И., Суханов А.И.* Коммуникационный менеджмент. Н. Новгород, 2002. Ч. 1; *Пашенцев Е.Н., Щербакова Т.В.* Коммуникационный менеджмент. Консалтинг в связях с общественностью. М., 2005; Паблик рилейшнз и коммуникационный менеджмент: Зарубежный опыт / Под ред. Е.Н. Пашенцева. М., 2006; *Рева В.Е.* Коммуникационный менеджмент. Пенза, 2001; *Grunig L.A., Grunig J.E., Dozier D.M.* Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale, NJ, 1992; *Grunig L.A., Grunig J.E., Dozier D.M.* Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries. Hillsdale, NJ, 2002; *Ray M.L.* Advertising and Communication Management. Upper Saddle River, NJ, 1981; *Ruler B. van, Vercic D.* Op. cit.; *The Rising Role of Communication Management in World Politics and Business.* / ed. E. Pashentsev, G. Simons. Moscow, 2009 etc.

¹⁰ См., например: *Зверинцев А.Б.* Указ. соч. С. 51; Коммуникационный менеджмент / Под ред.

управлении «созданием коммуникационной среды», деятельности «по обеспечению надежного функционирования коммуникационных процессов», достижении «эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой», использовании «закономерностей обмена информацией, знаниями и интеллектуальной собственностью в процессе формирования и развития экономических систем...», профессиональном «использовании законов коммуникации с целью внедрения в сознание масс определенной идеологии» и т. п. В рамках подобных подходов (при всей разнице между ними) становится довольно неопределенным объект КМ, скорее всего, в качестве такового представлены сами коммуникации.

На наш взгляд коммуникационный менеджмент – это, прежде всего, профессиональное управление людьми и капиталами посредством коммуникаций. КМ может быть средством управления в арсенале, как отдельных личностей, так и самых различных социальных групп и даже государственных образований. КМ может дополнять административный, финансовый и другие ресурсы управления, а может выступать в качестве ведущей силы управления. КМ капитала возможен, поскольку капитал выступает как социальное отношение, то есть отношение между людьми. Менеджмент коммуникаций находит свое естественное место в сфере технологического управления и нами не рассматривается в рамках настоящего исследования.

Коммуникационный менеджмент – это целенаправленное и системное использование различных форм (письменной, устной, визуальной и др.), средств (книги, газеты, радио, телевидение, интернет и др.), видов (интраперсональная, фиктивная¹¹, межличностная, групповая, массовая и др.), способов (убеждение, внушение, заражение (инфицирование), нейролингвистическое программирование, направленность, многоканальность, нормативность, вариативность и др.) коммуникации; равно профессиональных видов коммуникационной деятельности (публик рилейшнз, реклама, журналистика, пропаганда, агитация, информационное противоборство и др.), наконец, сложных интегративных продуктов КМ (коммуникационные цепочки управления, резонансное реагирование и др.) с целью управления. КМ в своем полном воплощении – это всегда многоуровневая конструкция со стратегическими целями, что не отменяет важности знания и навыков практического применения отдельных ее элементов в тактических целях.

Вместе с тем, на наш взгляд, было бы ошибкой сводить КМ к сумме

В.М. Шепеля. С. 30 и др.

¹¹ Фиктивная коммуникация – общение с адресатом, существующим только в воображении адресанта.

коммуникационных технологий управления. КМ прежде всего подразумевает проецирование **реальных** общественных дел, проблем, задач в сознание целевых групп таким образом, чтобы повысить эффективность всей системы управления, снизив часто чрезмерную нагрузку на административные, финансовые и иные рычаги управления, но ни в коем случае не отменяя, не заменяя их в целом.

Происходит быстрое формирование и дальнейшее развитие «субдисциплин» КМ, таких, как КМ в кризисных ситуациях, репутационный менеджмент, бренд-менеджмент, новостной менеджмент, коммуникационная поддержка лоббистской деятельности, коммуникационная компетентность и коммуникационный аудит, коммуникационная безопасность и нейтрализация манипулятивных технологий, КМ и управление конфликтами, управление посредством невербальных и паравербальных коммуникаций, информационные войны в бизнесе и политике как средство управления и др. При этом коммуникационный менеджмент, продолжая развиваться преимущественно в рамках менеджмента, публик рилейшнз, маркетинга, пропаганды, информационного противоборства, государственной и корпоративной безопасности и постепенно приобретает новое качественное содержание, функции и общественную значимость.

Факторами появления и быстрого развития КМ стали:

- Потребности «холодной войны»¹² и современного соперничества правящих кругов ведущих держав с их стремлением добиться регионального и глобального преобладания, избежав губительных последствий мировой войны (растущее использование технологий информационного

¹² Следует учитывать, что на быстрое становление в 1980-е гг. коммуникационного менеджмента с включением в свой арсенал теории и практики информационных войн в США и Советском Союзе сыграла проблема осуществления глобального контроля над населением Земли и локальными элитами. Контроля средствами не столько военно-политическими, но и, среди прочего, методами косвенного, опосредованного, латентного воздействия посредством коммуникаций. И здесь должна была быть задействована не только пропаганда, но и весьма сложные механизмы скрытого коммуникационного управления. Несмотря на то, что элементы КМ активно использовались уже в эпоху «холодной войны», широкое применение он нашел только в 1990-е гг., когда данный вид управления перестал быть исключительно государственным. В России этому способствовал процесс перехода в начале 1990-х гг. многих сотрудников органов государственной безопасности на службу в частные организации. В США и странах Западной Европы этот процесс начался раньше и был обусловлен, в частности, стремлением создать систему независимых организаций, способных заниматься деятельностью по коммуникационному менеджменту, не бросая при этом тень на государственные спецслужбы. Переходя в частные структуры, бывшие сотрудники секретных служб, продолжали пользоваться старыми «ноу-хау» в своей новой работе, привнося в нее элементы КМ и открывая закрытую до того момента область. Бизнес охотно воспринял эти новшества, поскольку они гарантировали преимущества в борьбе с конкурентами, которая не могла больше основываться только на открытых коммуникационных средствах, таких, как коммерческая реклама, маркетинг и корпоративный PR. См. также: *Карбасова О.В.* Коммуникационный менеджмент во внешней политике Франции в конце XX века. М., 2010. С. 15.

противоборства во всех конфликтах нового столетия дает тому множество доказательств).

- Опережающий рост нематериальных активов в общей стоимости компаний, банков и отдельных государств.
- Взаимосвязанное развитие коммуникативных потребностей все более широких слоев населения с развитием новых информационных технологий и средств связи.
- Дальнейшее развитие и диверсификация управленческих дисциплин, коммуникалистики.
- Необходимость интеграции открытых и закрытых коммуникаций в процессе управления.

Некоторые разделы КМ сегодня еще только на начальной стадии формирования. Так, дисциплина «КМ в мультикультурной среде» требует своей разработки, прежде всего, на стыке методологических основ и технологий коммуникационного менеджмента с теорией и практикой межкультурного менеджмента, межкультурной коммуникации, что позволит серьезным образом повысить эффективность принимаемых политических и экономических решений.

Все большее значение в деятельности органов государственной власти разных стран и ведущих компаний приобретают вопросы информационной и коммуникационной безопасности. На наш взгляд, эти понятия во многом пересекаются, но далеко не тождественны. Информационная безопасность – обеспечение защиты как сведений, составляющих государственную и/или коммерческую тайну, так и информационных массивов, жизненно важных для бесперебойного функционирования органов государственной власти, государственных и частных предприятий, некоммерческих организаций. Под информационной безопасностью обычно подразумевают организационно-режимные меры по работе с конфиденциальной информацией во всех ее формах, противодействие техническим средствам разведки, полный комплекс обеспечения безопасности локальных компьютеров и внутренних компьютерных сетей, обеспечение безопасной работы в сети Интернет, безопасности каналов связи и т. д.

Коммуникационная безопасность на государственном уровне в **демократическом государстве** – система мер по использованию общественных коммуникаций в целях защиты населения от негативного воздействия своекорыстных манипуляторов, особенно с использованием ими своего высокого служебного положения

или уникальных финансовых возможностей.

В числе этих мер назовем следующие:

- исследования коммуникационных рисков и проблем государства;
- системный контроль над управлением государственными и частными информационными холдингами (в формах, адекватных соответствующим формам собственности);
- нейтрализация манипуляций в СМИ, имеющих целевой антиобщественный характер;
- контроль над распространением слухов и другими видами неформальных коммуникаций (не с целью преследования инакомыслящих, а для создания предпосылок нейтрализации целевых кампаний скрытого воздействия, инспирируемых, организуемых и финансируемых извне или олигархическими, криминальными группами внутри страны);
- организация коммуникационной защиты населения и отдельных целевых групп общественности;
- использование КМ-технологий для нейтрализации сбоев в работе органов государственной власти (не с целью сокрытия неправильных действий властей, а для налаживания конструктивного взаимодействия с общественностью с целью максимально безболезненного и своевременного преодоления последствий допущенных ошибок);
- взаимодействие в сфере коммуникационной безопасности соответствующих органов и специалистов государственных и частных структур разных стран; отсюда, по необходимости, «сетевой» характер коммуникационной безопасности;
- организация тренингов в области коммуникационной безопасности
- и многое другое.

Разумеется, проблемы коммуникационной безопасности стоят на повестке дня органов государственной власти и, по крайней мере, крупнейших корпораций. Однако решение подобных задач, скорее, входит в компетенцию специалистов по государственной и корпоративной безопасности, во всяком случае, в организациях, где PR-служба фигурирует только в качестве «отдела по работе со СМИ», «пресс-службы» и т. п. При этом остро стоит вопрос координации коммуникационной политики (в ее управленческой, а не только и не столько информационной составляющей) на национальном и международном уровнях, в сфере межгосударственных отношений и

деятельности транснациональных корпораций. Это, безусловно, функциональная задача государственного руководства той или иной страны, топ-менеджеров ведущих корпораций. Но насколько они готовы к решению столь важной проблемы с учетом современного уровня развития информационных технологий, становления всего комплекса дисциплин КМ и процессов глобализации?

Видимо, модульная КМ-подготовка и переподготовка должна стать обязательной для руководителей среднего и, прежде всего, высшего звена управления. Наряду с этим должна быть развернута гораздо более масштабная долгосрочная (бакалавр-магистр-аспирант-докторант) подготовка специалистов в области КМ и подготовка по программам КМ-специализации (МВА, DBA) руководителей соответствующего профиля для системы государственного управления, бизнеса, некоммерческих структур с одновременной государственной поддержкой научных исследований соответствующего профиля. Та страна, те государственные, частные и общественно-политические структуры, которые сделают реальный шаг в практическом овладении технологиями КМ, приобретут крайне важные конкурентные преимущества.

Метод создания коммуникационных цепочек воздействия и управления

В настоящей статье автор не ставит задачи дать развернутый анализ складывающихся на стыке разных дисциплин, практики управления и интегративного использования в самых разных сферах жизни открытых и закрытых коммуникаций, методов КМ с точки зрения национальной и международной безопасности. Одним из направлений такого использования становится метод создания коммуникационных цепочек воздействия и управления. Далее мы введем целую группу взаимосвязанных терминов для обозначения реалий современной действительности, которые еще в недостаточной мере изучены и получили адекватную оценку с позиций КМ.

Открытые (для общественного сознания) коммуникационные цепочки воздействия (КЦВ) – последовательный ряд событий и/или псевдособытий (фактоидов)¹³, которые с помощью СМИ и/или неформальных каналов коммуникации (информация из «уст в уста», слухов и т. д.) оказывают спонтанное или запрограммированное воздействие на общественность, отдельных ключевых лиц.

Например, ситуация в парламенте: оскорбление – ответное оскорбление – конфликтная ситуация с применением насилия – освещение в СМИ – реакция целевых

¹³ Фактоид (от англ. factoid) – недостоверное или ложное утверждение (непроверенное, неверное или сфабрикованное), которое облачается в форму достоверного и выдается за достоверное. Термин «фактоид» был введен в 1973 г. американским писателем Норманом Мейлером в его биографии Мэрилин Монро. Мейлер определил этот термин как «факты, не существовавшие до того, как они появились в журнале или газете».

групп на событие – последующее обсуждение – общественный вердикт. Немногие парламенты мира обходятся без подобной, открытой или условно открытой (некоторые моменты сознательно утаиваются от общества) цепочки событий. Открытые и условно открытые КЦВ тем и отличаются, что оказывают определенное воздействие (но не обязательно управляющее) на целевые аудитории¹⁴. Если не на каждом, то на ряде этапов возможна поливариантность в развитии событий, поведение объекта управления полностью или существенно расходится с целями субъекта управления. И если есть заказчик КЦВ, то он может лишь с достаточной степенью вероятности предполагать, какой конечный эффект будет иметь инсценировка. Более того, для достижения нужного эффекта на различных этапах могут применяться явно незаконные методы (шантаж, подкуп и др.), которые, при их разоблачении, помогут получить четкую картину цели КЦВ, тех, кому она выгодна, и призвать к ответу по закону виновных.

Метод создания открытых или условно открытых коммуникационных цепочек управления (КЦУ) заключается в создании цепи событий или псевдособытий (фактоидов), которые с помощью СМИ и/или неформальных каналов коммуникации (информация из «уст в уста», слухи и т.д.) оказывают управляющее воздействие¹⁵ на общественность или отдельных ключевых лиц. Очевидным примером может послужить следующий событийный ряд: террористический акт с жертвами и разрушениями в многолюдном месте в одной из столиц, например, Европы, *всегда* вызывает *определенные действия или состояния*: лидеры страны прерывают рутинные дела или даже свертывают весьма важные международные визиты и возвращаются на

¹⁴ Надо, по возможности, проводить различие между КЦВ и цепочками воздействия, также основанными на связи определенных событий, но в которых большая или меньшая предопределенность воздействия обуславливается материальными и финансовыми факторами. Например, ситуация, в которой объект шантажа уступает вымогателям перед угрозой применения физического насилия, явно отличается от ситуации, где он руководствуется, прежде всего, публичными последствиями своего решения (например, потерей авторитета в обществе) или принимает решение под воздействием псевдоугрозы, искусно спроецированной в его сознание. Между двумя видами цепочек нет жесткой границы, они могут совмещаться, переходить одна в другую, что также может в большей или меньшей мере быть управляемым процессом.

¹⁵ В КЦУ, на наш взгляд, применимо понимание управляющего воздействия (УВ) в двух основных значениях. Во-первых, как сигнала, оказывающего на объект управления (ОУ) воздействие и вызывающего (при отсутствии возмущений) в его состоянии однозначную реакцию. Такая трактовка УВ свойственна теории автоматического управления. Во-вторых, в теории систем это понятие имеет более широкий смысл и трактуется не только как сигнал, но и как команда, распоряжение, установка, инструкция, стимул и т. п. (Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. 7-е изд. М., 2008). Но в КЦУ приказ не является основным средством управления. В случае теракта высшее руководство (и дальше вниз по иерархической лестнице) отдает приказы под воздействием управляющего сигнала (теракта или угрозы его совершить). И этот сигнал становится управляющим (в желанном для заказчиков теракта формате), только попадая (грозя попасть) в поле СМИ общества, которые служат его своеобразным мегаусилителем. Возможно использование и неформальных коммуникаций (например, слухов) для усиления сигнала. Выполнение (или невыполнение, что может быть легко запрограммировано) отдельных требований террористов также происходит с учетом, пусть и не всегда адекватным, государственным руководством и спецслужбами реакции различных групп национальной и международной общественности.

родину. Ими **всегда** делаются соответствующие заявления, в которых *обязательно* содержится гнев по отношению к террористам, обещание сделать все возможное для расследования, соболезнование семьям и близким погибших. *Всегда* подобные террористические акции вызывают усиление мер общественной безопасности, которые *транслируются* в общественное сознание по каналам СМИ и неформальных коммуникаций. *Всегда в демократическом обществе* усиливается критика отдельных должностных лиц или властей в целом за непринятие должных мер по обеспечению безопасности. *Всегда* наблюдаются некоторые общие тенденции в изменении общественного поведения. Так, все взрывы в метрополитенах Европы приводили к заметному, а иногда – очень заметному временному снижению объема пассажироперевозок. В Москве, например, где метро является развитым и популярным видом транспорта (метрополитен перевозит ежедневно около 10 млн. пассажиров), теракты привели к существенному временному снижению доходности метрополитена и т. д.

Конечно, и в условно открытых КЦУ мы видим, что коммутация в сознание отдельных групп и лиц событийного ряда может привести лишь частично к управляющему эффекту, в целом оставаясь слабо контролируемым в важных частностях воздействием.

Мы можем видеть, как террористы практически *управляют активностью* тревожных служб: после теракта она всегда растет. Но характер конкретных принимаемых решений лишь отчасти предопределен заранее. Шире освещается деятельность тревожных служб в прессе, но нельзя гарантировать исключительно коммуникационными средствами характер этого освещения. Управляя в той или иной мере состоянием и действиями объекта управления, террористы в определенной мере воздействуют на благоприятно настроенную к ним среду. Довольно редко, однако, это воздействие носит управляющий характер.

Сила и слабость КЦУ террористов – в одном. КЦУ касается жизни людей и разворачивается в связи с реальным действием или угрозой его совершить (в последнем случае ее воздействие на общество обычно слабее). Жесткая привязка к очевидному для всех событию – это сила и в то же время слабость условно открытых КЦУ, поскольку она дает, пусть минимальный, но реальный набор материальных признаков «конструирования» цепи событий и с самого начала воспринимается как целенаправленное деяние группы лиц (часто с довольно узким вероятным вектором поиска исполнителей и заказчиков). Более того, они себя часто и не скрывают, будучи

«кровно» заинтересованы в огласке своей причастности к теракту.

При всех «плюсах» террористических актов для его заказчиков, конец событийного ряда с самого начала может предсказать если и не все общество, то, по крайней мере, ответственные работники системы управления, тревожных служб и представители СМИ. Открытая или условно открытая КЦУ позволяет путем хотя и непростого, трудоемкого и порой очень длительного расследования прийти не только к непосредственным исполнителям теракта, но даже к его организаторам, заказчикам, хотя и не всегда.

Совсем другое дело закрытые не только для всего общества, но и для государственного руководства и топ-менеджмента, спецслужб классического типа (без специалистов по коммуникационной безопасности) системы закрытых КЦВ и КЦУ. Очевидно, имея «своих людей» в руководстве структуры, готовой к осуществлению акций подобного рода, их можно предупредить или минимизировать от них ущерб.

Однако такая ситуация не правило, а редкое стечение благоприятных обстоятельств, по крайней мере, для той спецслужбы, которая противодействует данной террористической организации, а не направляет прямо или косвенно ее деятельность (последнее являлось нередкой, хотя и не афишируемой, практикой в условиях «холодной войны», и после нее не ушедшей в прошлое).

Закрытые коммуникации – это и естественные во многих случаях жизни формы ограничения коммуникации (от сферы государственной и корпоративной безопасности до чисто личных мотивов ограничения в общении, например, язык жестов глухонемых непонятен большинству здоровых людей). Термин достаточно условен. Любая самая простейшая коммуникация имеет ограничения по дешифровке передаваемых сигналов. Речь маленького англичанина может поставить в тупик взрослого из любой другой страны, который не знает английского, по сути, она полностью или частично будет «закрыта» для его сознания. Но взрослый человек видит проблему и может предпринять меры по ее решению (выучив английский или прибегнув к помощи переводчика). Соответственно, к закрытым коммуникациям спецслужб, коммерческой и личной переписке можно получить санкционированный или несанкционированный доступ. Это проблема политическая, административная, моральная или техническая (или все вместе). Поэтому такие коммуникации мы будем называть условно закрытыми.

В то же время происходит быстрое создание и совершенствование методов и систем воздействия, позволяющих скрытое целенаправленное коммуникационное

воздействие на объект. Чем сложнее и образованнее общество, тем обычно труднее этого добиться. В большей или меньшей мере рекламная коммуникация или передачи СМИ несут скрытую от людей нагрузку. Массированные пропагандистские и рекламные кампании и сегодня часто имеют успех, особенно, если они направлены на особо «восприимчивые» аудитории. Но большинство людей знает о рисках рекламного воздействия, и они могут, при желании, более или менее успешно ему противодействовать.

В развитых странах Запада реклама не случайно наиболее подвержена законодательному регулированию, что, впрочем, не спасает ее от жесткой общественной критики. В Евросоюзе все большее развитие получают программы медиа-грамотности, направленные, среди прочего, на снижение возможности манипулятивного воздействия со стороны СМИ. То есть ранее закрытые для большинства коммуникации во все большей степени становятся открытыми, поскольку общественное сознание не стоит на месте, приобретая новый опыт, знания и навыки. Но это вовсе не отменяет объективной потребности (по разного рода «высоким» и «низким» мотивам) в закрытых коммуникациях.

Закрытые коммуникации – это совокупность форм, методов, систем коммуникационного воздействия, позволяющая добиться скрытого управления личностью. Сам процесс коммуникации может отчасти осознанно восприниматься получателем информационного пакета, а может – и нет (как, например, при эффекте «25-го кадра»), но в любом случае подразумевается сокрытие методов и результатов системного коммуникационного воздействия.

Сложные методы воздействия в рамках КМ, информационного противоборства стали своего рода «стелз»-технологиями управления развитым индивидуальным и общественным сознанием. Поясним это на простом примере. Для маленького ребенка и предложение съесть лишнюю ложечку «за маму и папу» будет формой скрытого управления с использованием частично закрытой для его сознания коммуникации: соответствующие мимика, тембр голоса, интонация, ласковая улыбка на лице родителей и множество других взаимосвязанных элементов коммуникации сделают эту просьбу при соответствующем умении управляющим воздействием. В случае, если ребенок болен, страдает потерей веса, капризен или слишком мал и не внемлет рациональным призывам поесть, такое управление может спасти ему здоровье и даже жизнь. Другое дело, если ребенок страдает избыточным весом, – сознательное применение этой нехитрой технологии мы назовем манипуляцией. Иными словами,

ребенок не знает и не может знать на уровне его развития, что смысл передаваемого ему сообщения лишь частично открыт его сознанию, а значит и дать ему адекватную оценку.

Соответственно, коммуникации, которые обеспечивают передачу сигналов, недоступных для полноценной дешифровки подавляющему числу людей на современном их уровне их знаний и умений, и вместе с тем, оказывающие реальное запланированное воздействие на их мышление, чувства и деятельность, мы относим к категории закрытых. Пропаганда не так давно была одним из средств скрытого управления массами в Европе, да и отчасти остается им сейчас. Но она малопригодна как средство воздействия на руководителей высокого и даже среднего уровня, экспертов конкурирующих структур (от корпорации до государства). Поскольку прямые методы открытого управления не всегда продуктивны, вместе с закрытыми коммуникациями прошлого получают развитие их новые формы, что мы дальше кратко проиллюстрируем на примере закрытых коммуникационных цепочек воздействия и управления.

Не вдаваясь в детали построения закрытых КЦВ и КЦУ, хотелось бы обратить внимание на следующие их характерные особенности:

- Закрытые КЦВ и КЦУ – всегда интегративный сложный продукт открытых и закрытых коммуникаций. Первые служат как для достижения промежуточных целей, так и для дополнительной маскировки вторых.
- Начало и конец цепочки невозможно связать в единое «рукотворное» целое даже по ее практическим конечным результатам. На это не способны ни широкая общественность, ни специалисты (за частичным исключением специалистов по КБ вне субъекта КЦВ или КЦУ). В лучшем случае возможны туманные и малодоказательные предположения.
- В отличие от сложных цепочек управления в политической и финансовой сфере, в сфере безопасности главный эффект управляющего воздействия в закрытых коммуникационных цепочках достигается за счет связки событий посредством сложной интеграции форм, средств и методов коммуникации (разумеется, с возможным включением в цепочку иных «материальных» составляющих цепи событий, не говоря уже о конечном результате).
- Ход событий и их конечный результат воспринимаются объектом скрытого воздействия или скрытого управления как проявление форс-

мажорных обстоятельств или действие тех сил, которые реально не несут основной ответственности за происходящее (действия вторичных акторов событийно-коммуникационной цепочки предопределены ходом событий, как пожарники по вызову едут тушить пожар, скорая помощь направляется к больному, журналисты реагируют на сенсацию и т. п.).

- Каждое отдельное звено в скрытой КЦВ или КЦУ не имеет реальной альтернативы, кроме одной возможной. Таким образом, вероятность события стремится к 100%, что делает результат всей цепочки практически предсказуемым. Разумеется, не стопроцентно гарантированным, но риски равны или близки в случае даже скрытой КЦВ (не говоря о КЦУ) к показателям функционирования традиционной системы управления. Форс-мажор существует и в КЦУ. Иногда допустимы «событийные вилки», но **запланированная** вариабельность лишь придает больше «естественности» коммуникационным цепочкам.
- КЦВ и КЦУ должны иметь оптимальное количество звеньев. Чрезмерно малое количество звеньев делает вероятным риск обнаружения всей цепи, чрезмерно большое – усложняет, удорожает, растягивает по времени и делает менее надежным делом конструирование и реализацию событийно-коммуникационной цепочки.
- Скрытые КЦВ и КЦУ основаны на безусловных факторах реакции целевой аудитории (или отдельных лиц) на получаемую информацию. Так, в случае, если в помещении на 20-м этаже небоскреба возник мощный локальный очаг возгорания, блокирующий окна, люди предпочтут покинуть помещение через дверь, а не пробиваться, рискуя жизнью, к окну.
- В планируемых условно-открытых КЦВ и КЦУ с жестко-встроенным элементом «реальности» (теракт, война, банкротство предприятия и т.п.), в самопроизвольных фактоидных цепочках¹⁶ основной объект управления подвергается с самого начала массивной атаке, которая и определяет его активную реакцию и последующий коммуникационно-событийный

¹⁶ Когда инициаторы коммуникационно-событийной цепочки не планируют ее тяжелых последствий, а население, пусть и с опозданием, но разбирается в «фантомном» характере угрозы. Вспомним знаменитый случай с радиоспектаклем романа Г. Уэллса «Война миров» 30 октября 1938 г., когда население восприняло радиоспектакль как реальный новостной репортаж о вторжении марсиан. Это привело к всеобщей панике в США. Та же постановка, прошедшая позже в Эквадоре, после выяснения обстоятельств привела к бунту и сожжению радиостанции, повлекшим за собой смерть 21 человека.

ряд. В закрытых КЦВ и КЦУ инициирующие цепочку события могут и не восприниматься конечным объектом управления, например, крупной корпорацией (от рядовых сотрудников до руководителей высокого ранга и службы безопасности) как представляющие серьезную угрозу. Порой они находятся вообще вне сферы наблюдения или контроля со стороны основного объекта управления.

- Переход от одного звена цепочки к другому промежуточные и конечный(-е) объекты управления совершают по своему выбору, без какого-либо явного вмешательства со стороны субъекта КЦВ и КЦУ, выдающего его истинные намерения. Возможны лишь скрытые или открытые акции субъекта коммуникационно-событийной цепочки только на отдельных ее звеньях, которые при их фиксации объектом никак не могут быть осознаны как часть осуществляемой КЦВ и КЦУ.
- Чем выше степень охвата населения новыми технологиями в СМИ, тем эффективнее построение КЦВ и КЦУ.

Это лишь малая часть общих особенностей построения закрытых событийно-коммуникационных цепочек. К сожалению, сама возможность их создания постепенно переходит в практику, далеко не всегда совместимую с нормами демократического общества. Беда в том, что люди не могут реагировать на то, чего они не видят... С другой стороны, при социально-ориентированной модели развития, медиа-грамотности населения открытые коммуникационные цепочки управления, лишённые их манипулятивной составляющей, могут значительно повысить эффективность управления, особенно высших эшелонов государственной власти и топ-менеджмента хозяйственных объединений в интересах всего общества. Вполне по силам меньшая опора на административный ресурс, на материальные стимулы и большая – на продуманную систему передачи коммуникационно-психологических императивов к сотрудничеству и взаимодействию во имя социально значимых целей. С другой стороны, овладение методом создания коммуникационных цепочек управления позволяет гораздо успешнее противостоять попыткам разрушения общественного сознания в рамках информационных войн.

Список литературы:

1. *Алешина И.В.* Паблик рилейшнз для менеджеров. М., 2002.
2. Большой экономический словарь / Ред. А.Н. Азрилиян. 7-е изд. М., 2008.

3. *Зверинцев А.Б.* Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.
4. *Карбасова О.В.* Коммуникационный менеджмент во внешней политике Франции в конце XX века. М., 2010.
5. *Катлин С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М.* Паблик рилейшнз. Теория и практика. 8-е изд. М., 2000.
6. *Кеннеди П.* Закат американского могущества. // InoСМИ.Ru. 14.01.2009. URL: www.inosmi.ru/world/20090114/246657.html (03.04.2012).
7. Коммуникационный менеджмент / Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.
8. Коммуникационный менеджмент в бизнесе и политике / Под ред. Е.Н. Пашенцева. М., 2007. Т 1–2.
9. *Ньюсом Д., Ван Слайк Терк Дж., Крукеберг Д.* Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. 7-е изд. М., 2001.
10. *Орлов А.С.* Введение в коммуникационный менеджмент. М., 2005.
11. *Орлова Т.М.* Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. М., 2002.
12. Паблик рилейшнз и коммуникационный менеджмент: Зарубежный опыт / Ред. Е.Н. Пашенцев. М., 2006.
13. *Пашенцев Е.Н., Щербакова Т.В.* Коммуникационный менеджмент. Консалтинг в связях с общественностью. М., 2005.
14. *Рева В.Е.* Коммуникационный менеджмент. Пенза, 2001.
15. *Савруцкая Е.П., Кузнецова Е.И., Суханов А.И.* Коммуникационный менеджмент. Н. Новгород, 2002. Ч. 1.
16. *Тульчинский Г.* Public Relations: репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство. СПб., 1997.
17. *Хэйвуд Р.* Все о Public Relations. М., 1999.
18. *Шишкина М.А.* Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб., 2002.
19. CBO's 2011 Long-Term Budget Outlook. Congressional Budget Office Summary. CBO. June 2011.
20. *Grunig L.A., Grunig J.E., Dozier D.M.* Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale, NJ, 1992.
21. *Grunig L.A., Grunig J.E., Dozier D.M.* Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries. Hillsdale, NJ, 2002.

22. *Ray M.L.* Advertising and Communication Management. Upper Saddle River, NJ, 1981.
23. *Ruler B. van, Vercic D.* Public Relations and Communication Management in Europe. Hague, 2004.
24. The Rising Role of Communication Management in World Politics and Business. / Ed. E. Pashentsev, G. Simons. Moscow, 2009.