

Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций

Бэла Мамиева

The introduced work considers the communicative influence illustrated by the dominant models which form the basis of the given subject. The author examines communication, semiotic, cognitive mechanisms of influence under the conditions of crisis situations. Both differentiated and mutual channel of their dynamic functioning corroborated by actual empiric work material are being retraced.

Key words: crisis communications, social stabilizer, model system, communicative models.

ВЪВЕДЕНИЕ

Вопросы коммуникативного воздействия являются центральными для ряда областей современной цивилизации. Это и кризисные коммуникации, и реклама, и паблик рилейшнз, и избирательные технологии.

Целью доклада является определение механизмов коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Исходя из этого, основной задачей является - выделение механизмов коммуникативного воздействия и рассмотрение конкретных примеров кризисных ситуаций.

В новом энциклопедическом словаре (2007 год) понятие коммуникации трактуется как специфическая форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности, осуществляющаяся главным образом при помощи языка или других знаковых систем) [1]. Кризисная коммуникация протекает в особых условиях, где учитывается сокращение числа управляемых параметров, а человека вводят в различные виды систем. В результате этого происходит смещение человека из представителя социальной группы в человека толпы. Системы управления, которые существовали ранее проигрывают, поскольку по инерции продолжают работать в исходном режиме. Отсюда следует, что потеря кризисных коммуникаций является характерной составляющей аргументации. Это говорит о выдвигании на первый план психологических основ, составляющих базис убеждения [2].

Изучение массовой коммуникации является частью исследования человеческой коммуникации, в которой можно выделить различные типы на основе множества признаков[3]. За все время изучения массовой коммуникации было не мало ярких концепций, которые пользовались поддержкой научного сообщества. Если люди что-то узнавали о массовой коммуникации за почти вековой период, это то, что медиа не являются демократической силой, неизбежно вызывающей общественные и личные катастрофы.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ СТАРЫХ И НОВЫХ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Характерной особенностью управления коммуникациями в условиях кризиса становится разработка не только моделей порождения информации, но и моделей блокирования ненужной информации, которая своей циркуляцией может привести к саморазрушению системы. Известным примером такого рода является поведение людей в момент затопления судна, когда правила задают посадку в шлюпку первыми детей и женщин, затем просто пассажиров, команда и капитан же призваны покинуть тонущее судно последними. Здесь можно привести множество примеров из реальной жизни, катастрофа, которая произошла в ночь на 14 января 2012 года у берегов итальянского острова Джильйо в Средиземном море затонул круизный лайнер "Коста Конкордия". По утверждению капитана, судно наткнулось на скалы, не обозначенные на карте и, получив пробоину, пошло ко дну. На борту теплохода

находились более 4200 человек, большинство из которых удалось спасти. Однако капитан, вопреки морским законам покинул судно задолго до окончания эвакуации.

Такого рода пример показывает, что биологические требования могут блокироваться более сильными социальными нормами.

Даже в древности подобные типы реакций сознательно блокировались, например, боевым облачением, которое действовало устрашающе на противника, внося тем самым элемент уверенности в свои войска.

Стрессовые ситуации сужают число параметров, которые подлежат обработке. Особые условия сужения информационного потока формируют иные модели действия и реагирования. Человек усиливает его, исходя из психологических механизмов работы с информацией - он избирательно берет только те характеристики, которые поддерживают выбранную им интерпретацию.

Анализ работ исследователей Зеленского С.А. [1], Почепцова Г.Г. [4] и Фуко М. [5], посвященных моделям коммуникативного воздействия позволяет выделить следующие механизмы коммуникативного воздействия:

Семиотический механизм воздействия

Семиотика определяется как наука о знаковых системах. Но сам этот термин уже вышел за пределы чистой науки. Сегодня термин «знаковый» стал достаточно частым при описании происходящих событий. При этом естественный язык признавался первичной системой. Он считался наиболее сложным из имеющихся систем. Во-первых, сложная структура диктует правила своей организации единицам, построенным на её базе. Здесь наблюдается переход от структурности языка к структурности литературных текстов, поскольку последние строятся на базе языка. Во-вторых, инструментарий, выработанный для сложных структур, сможет помочь и дополнить анализ более простых структур. Однако существует и другое объяснение. В этом случае язык не является диктатором структурности, тем более это маловероятно для визуальных кодов культуры. Здесь человеческий мозг продуцирует структурность одного типа и для случая литературных, и для случая визуальных кодов.

Русский литературовед, семиотик Юрий Лотман анализирует понятия «чести» и «славы» в качестве знаков, регулирующих взаимоотношения. Слава передаётся через поколения, её «гласят», «слышат» [6].

Коммуникативный механизм воздействия

В качестве отдельного аспекта в кризисной коммуникации можно выделить коммуникативные модели. Однако, выбирая альтернативное решение, нам придется игнорировать остальные, обуславливая это определенными причинами. Можно привести следующий пример. В одной из предвыборных кампаний по выборам президента России, проводились встречи кандидата с журналистами в телестудии, в ходе которых имелись расхождения между интересами журналистов и рядовых жителей. В этом случае журналисты могли задавать не те вопросы, которые бы совпадали с мнением массовой аудитории. Даже минимальное различие такого рода не ведет к повышению эффективности воздействия, по этой причине журналисты в студии были заменены рядовыми жителями. Одним из ярких примеров была встреча Президента РФ Дмитрия Медведева со студентами журфака МГУ в декабре 2011 г. Это событие вызвало массу недовольствия студентов, так как аудитория состояла не из журналистов. Это была кризисная ситуация, которая разрешилась, когда Д. Медведев приехал в МГУ в Татьянин День на вторую встречу со студентами журфака, где поднималась тема «новых СМИ» Таким образом, удачный выбор модели позволяет порождать эффективные решения коммуникативной задачи.

Когнитивный механизм воздействия

Обработка информации человеком естественным образом подчиняется определенным когнитивным механизмам. Уже модельные или шаблонные схемы позволяют не производить очередной раз анализ, давая возможность опереться на традиционные механизмы. В когнитивном механизме воздействия, именно имиджевые характеристики задают четкие варианты ожидаемого поведения. То есть имидж «тренирует» людей на определенные типы поведения, которые будут реализованы в кризисных ситуациях [7].

Данная классификация механизмов коммуникативного воздействия основана на теории модели коммуникации в других областях гуманитарного знания. Многие ученые работали над этими моделями Фуко М. [8], Бахтин М., Ершов П. [9] и др. Эти модели подробно приведены в книге Г. Почепцова «Теория коммуникации». Нами были приведены некоторые из них для того чтобы определить воздействие этих механизмов в условиях кризисных ситуаций, а также эффективно решить коммуникативные задачи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Можно утверждать, что история исследования коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций богата и разнообразна, ее изучают уже более полувека. Объем исследований, разработки и распространения новых технологий постепенно увеличиваются. Науке приходится расширять масштабы исследования, чтобы вместить новые технологии и выявить их значения для общества. В этом и заключается суть механизмов коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Те механизмы, которые смогли приспособиться к условиям кризисных ситуаций выживают, в противном случае необходимо разрабатывать новые механизмы, которые будут работать в новых условиях.

ЛИТЕРАТУРА

- [1]. Бузгалин А.А. Мировой экономический кризис и сценарии посткризисного развития: марксистский анализ / А. Бузгалин, А. Колганов // Вопросы экономики. – 2009. № 1. - С. 119-132.
- [2]. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. - М., «РИП-холдинг» 2003. -271 с.
- [3]. Лотман Ю.М. Еще раз о понятиях «слава» и «честь» в текстах киевского периода // Труды по знаковым системам. 1971. № 5. С.15
- [4]. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. - М.-К. «Рефл-бук» 2000. -247 с.
- [5]. Новый энциклопедический словарь. М., Большая Российская энциклопедия, 2007. 900 с.
- [6]. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. –М. – К., «Рефл-бук»- 2001. - 656 с.
- [7]. Библиотека RIN.RU // Фуко М. Слова и вещи <http://lib.rin.ru/doc/i/16373p7.html>
- [8]. Электронная библиотека Гумер - гуманитарные науки «<http://www.gumer.info/>
- [9]. Там же.

За контакты:

Бэла Юрьевна Мамиева, аспирант кафедры факультета журналистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), заведующая студией кафедры факультета журналистики Юго-Осетинского государственного университета им. А. А. Тибилова, +7 929 804 17 09, MamievaB.Y@yandex.ru

Докладът е резеизиран