

Важнейший фактор обучения человека и социума

Вячеслав ЧЕРНИКОВ, кандидат педагогических наук

Новые информационные технологии разрушают естественный процесс информационного взаимодействия социокультур. В чьих руках окажется этот «шприц информационных инъекций», тот и будет управлять миром.

Атрибут управления — информация становится главным атрибутом власти в социуме. Во второй половине XX века, в связи с развитием мощнейших средств информации, разворачивались «битвы» за обладание именно средствами информации — телеканалами, радиостанциями, газетами, журналами, кино, театрами и, конечно, системой образования.

Веками основная доля социально необходимой информации передавалась от родителей к детям. С развитием государственности, появлением системы образования происходило всё большее информационное отторжение детей от семьи, всё больше социально необходимой специализированной информации дети получали не от родителей, а от учителей. Это приводит к снижению роли родителей, их авторитета. С развитием средств массовой информации произошло новое перераспределение «внедряемой» в человека информации.

Развитие новых информационных технологий в XX столетии резко усилило влияние электронных средств массовой информации на обучение человека. Сегодня электронные СМИ и прежде всего телевидение, стали мощнейшим средством информирования не только подростков и молодёжи, но и всего социума. Эффективность СМИ резко возросла с появлением компьютерных технологий сбора, хранения, накопления и передачи информации, с развитием космических технологий. Абсолютно реальной стала передача информации от одного социума к другому, практически в любой точке Земли, и притом передача почти мгновенная. Новые технические возможности СМИ (теле-, радио-, компьютерные сети) открыли фактически новую эру в развитии человечества.

Сегодня выведены некие законы информационных целеполагаемых систем, к которым относится и социум: «Процесс управления обусловлен перемещением информационных потоков в системе»; «Информация — главный атрибут процесса управления»; «Кто владеет информацией, тот управляет системой». Иначе говоря — чем жёстче контроль поступающей в систему информации, тем больше вероятность достижения цели системой. Отсюда следует простой вывод: если социум ставит перед собою задачу, например, уничтожить бандформирования, то цель будет достигнута быстрее и эффективнее, если в социум не будет поступать неконтролируемая информация (дезинформация, ложь, провокации), требующая дополнительных энергозатрат на её нейтрализацию. В интересах социума информация должна быть подконтрольной, а не «свободной». Ведь никто не возражает против того, чтобы лекарства, предлагаемые человеку, контролировались специалистами, что пищу мы подразделяем на пригодную и непригодную, полезную и вредную, грибы — на съедобные и несъедобные. Никому не придёт в голову требовать свободы для шпионажа, бандитизма, насилия и т.п. С позиции принципа отбора и оптимизации информации, предназначенной для внедрения в массовое сознание, **свобода слова — всего лишь инструмент разрушения суверенитета государств с помощью информационных диверсий.** И подход к проблеме свободы слова — лакмусовая бумага проверки журналистов на чистоту помыслов, на служение своей Родине.

Как известно, информацию сегодня всё чаще определяют как оружие массового поражения (по своему воздействию на социосистемы). Понятно, что и такое оружие должно быть подконтрольно системе, как и ядерное, иначе оно начинает работать против неё. Так, бесконтрольность и безнаказанность привели к разгулу преступности в Чечне, обусловив необходимость силового подавления вооружённых бандитов. Отсутствие закона об «информационном оружии» обостряет проблему.

Но в отличие от оружия, физически разрушающего человека и материальные ценности, им созданные, информационное оружие физически материальные ценности не разрушает. Оно воздействует на мозг человека, на его информационную базу, информационные модели мира, обуславливающие мысли и деяния, адаптивность человека. Этот по сути своей насильственный процесс формирования тех или иных информационных моделей окружающего мира составляет основу нашего бытия и называется обучением. И животное, и человек обучают своих детей, формируя у них именно те модели поведения, которые позволяют успешно адаптироваться в данной среде. Эти модели составляют морально-нравственные ценности, обычаи, традиции, религии, быт, культуру — всё, что характеризует конкретный народ, этнос, социум.

Новые информационные технологии разрушают естественный процесс информационного взаимодействия социокультур. В чьих руках окажется этот «шприц информационных инъекций», тот и будет управлять миром.

Атрибут управления — информация становится главным атрибутом власти в социуме. Во второй половине XX века, в связи с развитием мощнейших средств информации, разворачивались «битвы» за обладание именно средствами информации — телеканалами, радиостанциями, газетами, журналами, кино, театрами и, конечно, системой образования. Битвы эти идут и сейчас. Но если прежде система образования оказывала определяющее информационное воздействие на социум, формируя человека-созидателя, защитника, патриота своей Родины, народа, то сегодня через СМИ можно сформировать в людях прямо противоположные модели отношения к окружающему миру.

Мысли и деяния человека определяются прежде всего сформированными в его мозге информационными моделями. Кто формирует эти модели, тот и определяет направление мыслей и действий человека и всего социума. Сегодня информационные воздействия на социумы стали объектом изучения не только социологов, философов, педагогов, но и — в первую очередь! — военных ведомств, отвечающих за безопасность и надёжность функционирования социума*.

* Прохожнев А.А., Турко Н.И. Основы информационной войны. М.: Интеллект, 1997. С. 250–265; Томас Т.Л. Влияние информационных операций на систему предотвращения военных кризисов США. М.: Интеллект, 1997. С. 265–278; Количественно-качественный анализ влияния информационных средств на ход и исход вооружённой борьбы. М.: Интеллект, С. 278–287.

На одной из своих встреч с военными бывший президент США Р. Никсон говорил о том, что один доллар, вложенный в СМИ, гораздо эффективнее, чем 10 долларов, вложенных в новейшие вооружения, так как СМИ работают всегда, а новые вооружения далеко не всегда.

В различных СМИ (телепередачах, кино, газетах и т.д.) сегодня часто упоминается некое «психотропное оружие», якобы используемое таинственными силами для обучения социумов. Но на самом деле это оружие — самое древнее в мире, его имя — информационное воздействие на человека. Оно использовалось и жрецами древних египетских храмов в виде всевозможных магических обрядов и песнопений, и служителями христианских храмов (в виде обрядов, песнопений и иконописных изображений), и служителями всевозможных сект, и шаманами язычников, и проповедями вождей и партийных лидеров и т.д. И школьный учитель должен хорошо знать различные приёмы использования такого «оружия», с тем чтобы нейтрализовать его воздействие.

Как же оно действует? Каковы технологии его применения?

Как известно, ядерное оружие рассматривается как сдерживающий фактор в противостоянии ядерных держав. Оно обеспечивает взаимное ненападение и сдерживает силовой беспредел в мире. С древнейших времён сдерживающим фактором отношений между людьми у многих народов была и остаётся кровная месть. И там никогда не появлялись маньяки-убийцы, поскольку они поставили бы под угрозу не только свою жизнь, но и жизнь их родственников. Снимая современные сдерживающие факторы, власти открывают шлюзы для беспредела, что, в свою очередь, создаёт напряжённость в обществе, порождает недоверие властям, самосуды, разрушение правового поля. Но кто стоит за пропагандой идей «западной

цивилизации»? Нетрудно разглядеть уши всё тех же США и стран НАТО. Их стратеги хорошо понимают, что информационное разрушение России незаметно, но эффективно. Разрушение коммунистического режима информационной пропагандой хороший тому пример. Однако мало разрушить структуру управления, надо разрушить ещё и менталитет нации, человека, его психологию. И тут используются именно СМИ.

Мощнейшим средством внедрения информации в мозг человека сегодня стали электронные СМИ, которые, по сути, и есть то самое психотропное оружие (оружие Власти), за владение которым и идёт политическая и финансовая война в социуме. Сегодня его разрушительное воздействие на социум измеряется в тех же единицах, что и разрушительное действие ядерного оружия — в мегатоннах. Простая арифметика показывает, что разрушительное воздействие СМИ за годы «демократической революции» зашкаливает за многие гигатонны, что в сумме превышает ядерный потенциал всех ядерных держав, вместе взятых. Однако никто из информационных киллеров не несет наказания за эти преступления перед социумом. В чём причина?

По нашему мнению, причина в том, что в социуме пока не сформировалось достаточное понимание сущности информации как всеединого фактора, управляющего всеми процессами в социумах, в том числе процессом обучения. Длительное информационное обучение в социуме, как и в человеке, формирует устойчивый стереотип социального мышления, лежащий в основе деяний людей. Так, в частности, в российском социуме длительное время СМИ говорили о необходимости принять так называемые «общечеловеческие ценности», к которым, в частности, усилиями тех же СМИ причислена и их свобода. В качестве главного «научного» аргумента «обучатели» россиян апеллируют к опыту «западной демократии» и в первую очередь «демократии США», связывая свободу СМИ с уровнем материального благосостояния западных стран. Однако фореиторы «западной демократии» выносят за скобки такие «мелочи», как историю «обучаемого» социума, традиции и обычаи народа, его уклад и культуру, его менталитет, (национальную психологию), а также климатические, географические и прочие реалии. Их привлекает только одно — материально-энергетический и научный потенциал России, который они стремятся впрячь в телегу «западной цивилизации» в качестве пристяжного мерина.

Новые «хозяева СМИ», конечно, понимают сущность их информационного воздействия на управление деяниями масс в социуме. Понимают они и то, что восприятие информации человеком во многом обусловлено исходной информационной базой самого человека, которая, по сути, является калибратором внешней информации. Они хорошо понимают, что у молодого человека такой информационный калибратор — иммунитет — ещё не сформирован и в него легче внедрить то, что невозможно внедрить в умудрённого жизненным опытом человека. Но вода и камень точит. И если долго и назойливо внедрять ложь, то человек может уверовать в неё как в истину. Назойливо из нашей памяти вымываются такие понятия, как «земля предков», «обычаи предков», «традиции предков», «культура народа». Они подменяются некими фантомами, не имеющими внутренней сущности («западная демократия», «западные ценности», «свобода слова», «права человека» и пр.). Остановимся на некоторых из них.

«Свобода слова»: что реально за ней стоит? Прежде всего необходимо определить понятие «свобода» и какой смысл вкладывают в него западные или прозападные СМИ.

«Свобода — способность человека действовать в соответствии со своими интересами и целями, опираясь на понимание объективной необходимости» (Ф. Э. С. М.: Советская энциклопедия, 1983). Понятие «свобода» — наиболее непонятное, имеющее множество толкований и по этой причине очень привлекательное для народа, как наживка на крючке рыбака. «Свобода, равенство, братство» — были главными лозунгами Французской революции. «В царство свободы дорогу грудью проложим себе» — пели в России в 1917-м. При всём многообразии толкований понятия «свобода» большинство исследователей сходится на том, что применительно к человеку его нельзя отрывать от человека и социума. «Свобода» — отнюдь не синоним вседозволенности и анархии. Человек — продукт общества, элемент его струк-

туры, обуславливающий её целостность и функциональность. Он живёт в рамках морально-нравственных норм своего социума, его законов, обычаев, традиций, составляющих сущность этого социума, его самобытность, и, конечно, не может быть свободным от них. «Абсолютная свобода» — абсурд. Можно сказать: общество — это человек, так же как человек — это общество. Что из этого следует? Поправление или разрушение названных несущих опор социума, его «социоцемента» приводит к разрушению всей его структуры, к его смерти. Наши предки глубоко понимали значение этих опор социума для его целостности и жизнедеятельности и следили за их сохранностью. Сегодня эти структуры прочнее сохранились в тех социумах, где народ жёстко ограничивает свободное раскачивание «несущих» опор, размывание «социоцемента».

В процессе развития СМИ нарабатываются специфические методы внедрения информации в социумы. Вот калейдоскоп таких методов: дезинформация, обман и маскировка; всевозможные ярлыки и термины; ассоциативные модели; осмеяние и сарказм; отбор респондентов; извинения; замалчивание; вкрапление; лукавая статистика; «выборочные опросы»; «научные обоснования»; графики; «экспертизы»; провокации; подмена понятий; пересортица; перенос ассоциативной модели; разрушение родного языка; «выпускание пара»; преувеличение (делают из мухи слона); имитация «общего мнения»; косвенное давление на события и процессы и т.д.

Многие методы «внедрения» информации в человека не новы и используются во все века. Приёмы «обучения» социума уровня зомбирования, успешно отработывались в советский период.

В современных СМИ эти методы используются на качественно новом уровне: для него характерны мгновенность и массовость «поражения», изощренность методов внедрения информации, практическая невозможность «ответного удара».

Методы обучения современного социума

Вот чем нередко, как мы видим, руководствуются сегодня средства массовой информации: новости — это не то, что происходит в действительности, а то, что передают по телевидению. Похоже, именно этот тезис — доминанта деятельности многих СМИ.

Дезинформация, обман и маскировка — хорошо известные «методы» взаимоотношений био- и социосистем, используемые ими в процессе борьбы за выживание и позволяющие убедить социум в преимуществах перед другой системой (противником). Эти способы отношений сложных систем описаны в теории управления основоположником кибернетики Н. Винером. Он вскрывает суть отношений между социосистемами на примере так называемых «рыночных отношений». «Во многих странах распространено мнение, признанное в США официальным догматом, что свободная конкуренция сама является гомеостатическим процессом, т.е. что на вольном рынке эгоизм торговцев, каждый из которых стремится продать как можно дороже и купить как можно дешевле, в конце концов приведёт к устойчивой динамике цен и будет способствовать наибольшему общему благу... Рынок-игра... Побуждаемые своей собственной алчностью, отдельные игроки образуют коалиции, но эти коалиции обычно не устанавливаются каким-нибудь одним определённым образом и обычно кончаются столпотворением измен, ренегатства и обманов. Это точная картина высшей деловой жизни. В конце концов даже самого блестящего и беспринципного маклера ждёт разорение. Но допустим, что маклерам это надоело и они согласились жить в мире между собой. Тогда награда достанется тому, кто выбрал удачный момент, нарушает соглашение и предаёт своих партнёров. Здесь нет никакого гомеостаза».

Этот метод «обучения» социума, как и ряд других, активно используется любой властью. Два столетия постепенно и настойчиво внедрялась в социум информация о том, что монархический режим — зло для России. Это делалось с помощью интеллигенции, для которой не существовало жёстких моделей мышления. Была создана почва для утверждения такого рода идей в России (народники и нигилисты). Представители русской власти назывались не иначе,

как «мироеды», «кровопийцы», «угнетатели» и пр., и пр. — в противовес страдальцам, угнетённым, сырым и убогим рабочим и крестьянам. Инициаторы и руководители этого грандиозного «переобучения» называли себя «спасителями России», «борцами за народное дело», «революционерами». Уроки теоретического обучения социума должны были реализоваться в практическом действии — смену власти, смену управления социумом. «Спасители России», конечно же, обещали народу свободу, равенство, братство, заводы, землю, власть и прочие блага, и это, разумеется, в награду за активное участие в практической реализации теоретического плана, выработанного в процессе обучения социума «в борьбе за правое дело». Однако после смены режима управления социумом — Октябрьского переворота эти «спасители», выражаясь словами Троцкого (манипулятора, умелого полемиста), стали очищать пространство России от «человеческого материала», разделив народ на два противоборствующих лагеря — «белых» и «красных». И зверское убийство царской семьи на фоне таких событий не вызвало бурной реакции народа — оно было подготовлено длительным «обучением» социума. Так было подготовлено изменение структуры власти в России, которая формировалась в процессе длительнейшей эволюции. Неизбираемого наследного монарха отныне должен был заменить избираемый правитель. Вопрос был только в технике избрания.

Важнейшей задачей обучения социума стало теперь воспитание убеждённости в легитимности новой власти. В ход пошли разные приёмы обучения: одних объявляли контрреволюционными мятежниками и расстреливали (матросы Кронштадта, крестьяне Тамбовской губернии), других подвергали репрессиям как пособников «белой контре» — казаков Дона и Кубани. Интеллигентов выслали за кордон, сельских хозяев, кормивших Россию и Европу, назвали «кулаками» и сослали в сибирские лагеря. Народ долгие годы всеми средствами обучения, а также с помощью СМИ убеждали в том, что царская власть была плохой, несправедливой, а вот новая — хорошая, справедливая. И когда Сталину путём тонких изощрённых интриг удалось установить в России диктаторскую власть, это стало сильнейшим ударом по идеологии разрушителей России. Более 70 лет события в России после 1917-го года в учебниках истории рисовались однобоко. Сегодня, с рассекречиванием ранее закрытой информации, выстраиваются совершенно иные толкования тех же событий.

Основа обучения человека, его эволюционного развития — формирование ассоциативных моделей окружающего мира в сознании. Как уже было сказано, с древнейших времён при обучении социумов эти законы успешно используются «учителями» (жрецами, шаманами, партийными комиссарами) для формирования «нужных» ассоциативных моделей (например «фараон — наместник Бога на Земле», «король — отец народа», «комиссар — карающая рука власти» и т.п.). В этом процессе использовалось знание психологии людей определённого социума.

Сегодня методы воздействия на психику широко используются дельцами шоу-бизнеса в связке с электронными СМИ для «раскрутки» всякого рода шансонье, художников, поэтов, политиков или иных «нужных» людей. С этой целью нам назойливо, изо дня в день, внушают, например, что эта исполнительница — талант, а её голос и манера исполнения (хотя она бездарна, как гороховый кисель) — эталон искусства. В передачах появляется лицо человека, которого называют «экспертом» или «аналитиком». Нужный эффект нашего обучения достигается многократным повторением такого рода информации.

На ассоциативных моделях построено всё обучение в школе и вообще обучение человека. Так, например, практически у каждого выпускника средней школы строение атома ассоциируется с моделью Резерфорда потому, что в школьном курсе физики на ней делался акцент. Долгое время переворот в России 1917-го г. у каждого выпускника школы ассоциировался с крушением «ненавистного народу царского режима, мироедов и кровопийц» и началом новой эры — всеобщего благоденствия.

Через СМИ в наше сознание длительное время внедряется негативное отношение к термину «националист». В это понятие вкладывается эмоциональное восприятие фашистов в период Великой Отечественной войны, ассоциации с газовыми камерами, геноцидом, хотя сам термин «националист» имеет множество значений (См., напр.: *Джунусов М.С.* Триста

оттенков термина «национализм» // Мусульманский курьер, 1999, № 7). И если теперь такой ярлык наклеить на человека, организацию или даже целый народ, то автоматически на этот объект переносится вся ассоциативная «начинка» ярлыка-модели. И наоборот, если бандитов и убийц долго и назойливо называть революционерами, освободителями, то на них будет перенесён весь ареал героизма. Метод ассоциативных моделей широко используется СМИ для дискредитации отдельных людей или групп социума в глазах других членов системы (государства или государств) — жупел фашизма, антисемитизма, расизма, финансово-биржевых интриг, если нет возможности военного подавления.

Появление новой информации изменяет взгляд на «революционеров». Сегодня их называют чуть ли не «террористами и заговорщиками». Постепенно произошёл перелом в общественном сознании. Десятилетиями внедрялась односторонняя информация, и Ленин для миллионов был лишённым недостатков вождем мирового пролетариата. Теперь же мы узнали, что это был ещё и кровавый монстр. На крайних точках временного отрезка в 20 лет (1978–1998 гг.) оценки Ленина оказались прямо противоположными. Наиболее резкие изменения в модели личности Ленина наблюдались в годы «демократических» реформ (1993–1998 гг.), когда на социум СМИ обрушили мощный поток информации. Особенно очевидны изменения в восприятии у старшеклассников. У людей более старшего возраста динамика смены ассоциативных моделей иная: у них сформирован устойчивый стереотип, поэтому во время выборов президента за представителя компартии голосовали люди старшего поколения.

Каждый режим выдаёт социуму ту информацию, которая определит удобную для режима модель его вождя. Каковы информация и логика построения модели, такова и ассоциативная модель в общественном сознании и памяти. Изменение одного или двух этих начал моделирования приводит к совершенно новой модели события, системы, процесса или объекта.

Ассоциативное моделирование лежит в основе всего исторического развития человечества. Так, например, библейский миф о Христе при определённой логике трактует Христа как спасителя, а при другой — как жертву борьбы за власть в Иудее. Или, например, миф о Юдифи и Олоферне в одной логике можно трактовать как героический подвиг женщины во имя своего народа, а в другой — как коварное убийство спящего человека. Понимание этого закона моделирования позволяет понять, почему разные народы, имея сходную информацию об окружающем мире, построили свои собственные модели. У мусульман свои модели мира, у индусов — свои, у иудеев — свои.

Важнейший закон социумов как управляемых систем гласит: «Кадры решают всё» (особенно в связке со СМИ и банками). Этот закон положен в основу обучения социума как с помощью образования, так и средств массовой информации. Именно «кадры» СМИ отбирают ту информацию, которая формирует ассоциативную модель в социуме, отвечающую интересам «новых хозяев» России (новых русских, как они себя стали называть).

Однако выработка информационных моделей в социуме посредством СМИ имеет и свои слабые стороны. Оказывается, прочность записи информации в общественном сознании, поданной таким способом, незначительна и легко разрушается.

И чтобы сформированные в социуме модели не разрушались, их непрерывно подновляют разными методами.

Метод осмеивания и сарказма.

Этот старейший метод разрушения систем часто недооценивают. Однако ещё в древнейших манускриптах можно найти упоминания о том, что насмешка иногда может принести больше разрушений, чем иное войско противника (Библия). Этот метод сегодня широко используется СМИ, причём нет чёткой границы между юмором, сатирой, насмешкой или откровенным очернением страны и народа, выдаваемым за юмор. Такое информационное воздействие может существенно повлиять на формирование образа, на мнение избирателей, а значит — и на политическую и экономическую ситуацию в социуме, на жизнь каждого из нас.

Метод отбора респондентов.

Точка зрения известных в стране людей используется для создания общественного мнения в нужном направлении.

Метод «извинения».

Своеобразный трюк: сначала необоснованное, «под горячую руку» безжалостное обвинение, а затем — объяснение скороговоркой: «Мы поторопились, извините нас, пожалуйста». Но в общем мнении сильно выигрывает то (или тот), что (кто) сначала резко охаивалось.

Метод «научнообразной (читай: лживой) статистики».

Зрителям, читателям предлагается статистика с соответствующими, тенденционно подаваемыми данными, которые говорят о том, что нужно их трактуящему. Благо, цифры далеко не всегда могут говорить сами за себя.

Метод «вкрапления».

Суть его в том, что «под флагом» различных «международных» договоров, «норм», «прав», организаций, СМИ навязывают чуждые принципы, правила, взаимоотношения, морально-нравственные нормы, в конечном счёте ведущие к разрушению социума. Сформировав в сознании человека, в общественном сознании шкалу ценностей, в которой приоритеты принадлежат не законам и принципам, наработанным предками и бытующими в стране, а чуждым нам «конституционным нормам», «правам человека», финансово-экономическим обязательствам, владельцы СМИ **не только разрушают социум, но и делают его внешне управляемым.**

Метод «выкройки».

Из события (например, заседание Госдумы) выхватываются отдельные кадры (например, зевающего человека, или закрывшего глаза, или излишне эмоционально говорящего...), делается эффектный монтаж, сопровождаемый комментариями. Создаётся некий отрицательный образ и реального человека, и структуры в целом. Этот метод используется и при формировании положительного или отрицательного «общественного мнения» по поводу того или иного события в стране («статистический опрос на улице»). Из множества опрошенных монтируется внешне убедительный ряд «нужных» мнений, которые подаются как совокупность «случайных» мнений. Так зрителя подталкивают к определённому выводу. Возможен и другой вариант «статистического опроса». Экран ТВ предлагает людям вопрос с рядом альтернативных ответов на него. Например, вопрос: «нужно ли отказаться от импорта». Тут же — два альтернативных ответа: «Да, «Нет» и ещё телефоны. В чём тут «соль»? Задающие вопрос исходят из того, что на вопросы преимущественно будут отвечать только жители Москвы, а не Салехарда, Новосибирска, Краснодара, не пригородов и посёлков России. А так как социум Москвы по основным характеристикам отличается от социума России, то нетрудно спрогнозировать и результаты такого «опроса общественного мнения».

Метод «замалчивания, непредоставления эфира».

Это наиболее распространённый способ «обучения» социума. В период «демократического» правления в России, когда все телеканалы стали механизмом борьбы за власть, они практически перестали предоставлять эфир учёным-экономистам, замалчивая таким образом их взгляды на «реформы». Это, разумеется, никак не согласуется с декларируемой «свободой слова».

Метод ссылок на «конкретности».

Сегодня этот метод очень распространён в СМИ и стал своего рода критерием «качества» информации. На самом деле любая конкретика — не что иное, как нежелание «высвечивать» причинно-следственные связи событий, представлять систему событий. Конкретика — это отрицание системности и взаимообусловленности событий, попытка выхватить несвязанные факты, реалии, фальсифицирующие действительность. Известный тезис юриспруденции: «За политику в уголовном праве не судят, судят за конкретные действия» может быть отнесён к любой сфере деятельности. Известно: истина конкретна, на этом и спекулируют. И не будет преувеличением сказать, что любая «конкретика», при всей её кажущейся объективности и «истинной конкретности», в конечном счёте всегда лукаво-обманчива, так как представляет собой лишь малую часть (порой незначительную) большого события, системы или процесса.

Метод неопределённости граничной информации.

Суть его в том, что любое определение того или иного понятия — это в определённой мере формализованная информация, а значит, усечённая, урезанная, неполная. Отсюда сле-

дует невозможность абсолютно полного, точного определения любого понятия. Так, определения понятий «нация», «преступление», «гуманизм», «эротика», «культура» и т.д. всегда будут недостаточными «по определению». СМИ активно используют неопределённость граничной информации как метод обучения социума. Так, например, когда в Госдуме речь заходит о национальном правительстве, СМИ тут же организуют дискуссию о том, по каким признакам определять нацию человека, ссылаясь на «антропологические методы» в гитлеровской Германии и таким образом шельмуя инициаторов реальной проблемы. Когда речь заходит о наказании банкиров и «олигархов» за экономические преступления против народа России, социуму навязывают дискуссию о том, как определить преступление...

Принципиальную неопределяемость понятий авторы «дискуссий» пытаются «перехитрить» путём формирования подсознательного отношения людей к термину или определению. Правда, сегодня всё чаще требуется не эмоциональное, а логическое обоснование позиций, понятий и терминов.

Метод подмены понятий и терминов.

Суть его в том, что, например, отсутствие морально-нравственных норм именуется «раскованностью», «отсутствием комплексов» и т.д. Следование традициям, обычаям, морально-нравственным нормам наших предков в новой интерпретации СМИ представляется аудитории как «ханжество, анахронизм». Патриотические чувства, любовь к Родине вдруг объявляются национализмом, шовинизмом. Используется метод «игры в одни ворота», когда СМИ всячески избегают дискуссий по этим проблемам, понимая, что дискуссия выявит подлог.

Метод «пересортицы» информации —

замалчивание одной и выпячивание малозначимой или безусловно вредной для социума информации. Примеры такого рода — реклама, всякого рода ток-шоу и т.д.

Метод разрушения языка и культуры социума.

Назойливо внедряются в обиход иностранные слова, обороты, пословицы, ценности, элементы образа жизни, названия фирм, магазинов (вся Москва покрыта «шопами», «бутиками» и т.д.). Вдохновители и заказчики этого процесса хорошо понимают: разрушив язык и культуру, убьёшь нацию, народ. Это знали уже завоеватели с древности. Что сегодня? Используются реклама иностранных товаров, навязываются чуждые критерии и стереотипы. Между тем во Франции и Германии, например, приняты законы о защите национального языка и культуры, запрещается использовать иностранные слова, если есть синонимы на родном языке. Иногда достаточно переставить ударение в слове, чтобы «вымыть» из него первоначальный смысл. Так, например, в слове «Россия» раньше ударение стояло на букве «о», что означало «Россия — страна россов» (великороссов, малороссов, белароссов). По типу: Сербия — страна сербов, Греция — страна греков и т.д. (В некоторых областях России до сих пор ударение ставится на букву «о».) В современном «литературном» произношении слово «Россия» не ассоциируется с первоначальным смыслом только потому, что переставлено ударение. А ведь это — бесспорно, существенная историческая потеря.

Метод «выпускания пара».

Широко используется как альтернатива методу подавления. Он использован на японских предприятиях: выставлялся манекен, внешне похожий на начальника, каждый рабочий или служащий мог выместить на нём своё недовольство — дать «начальнику» по физиономии. Так руководство нашло возможность безболезненно для всех «выпустить пар недовольства» и снять напряжённость на предприятии. С этой же целью на телевидении появляются всевозможные «ток-шоу» где все участвующие (включая телепотребителей) могут благополучно выместить своё недовольство новой властью и снять напряжённость в обществе. Однако, как показала практика обучения социума, при наличии других негативных факторов (безработица, нищета, развал экономики, унижение нации) в России эти приёмы могут дать обратный эффект (как и собственные промахи СМИ, которые становятся обучающими воздействиями).

Метод «обезличенного уравнивания».

Мнение академика или генерала о том или ином событии принимается за единицу, и мнение школьника или солдата тоже принимается за единицу. Путём живого опроса на улице

отбирается нужное «большинство», которое и объявляет нам «истину». Такого рода статистика используется в том случае, когда необходимо доказать нечто во что бы то ни стало. Вот тут и глаголет истину младенец, а не учёный, не профессионалы, не думающие и знающие люди — действует равенство нуля и единицы и нередко ноль оказывается больше единицы. Такая вот подлая «математика».

Метод «перевёртывания».

Через некоторое время после обнаружения какого-либо факта виновным называется тот, кто этот факт установил и обнаружил. В народе такой «метод» называется «с большой головы на здоровую».

Метод провокационных вопросов, дискредитирующих человека.

Например, в передаче перед выборами, допустим, председателя федерации футбола зрители должны ответить на вопросы: «Верите ли вы претенденту? Как он получил голоса: выиграл, купил, украл».

Метод запретов.

После революции 1917 г. под запретом оказалось творчество Н. Гумилёва и С. Есенина, М. Булгакова, В. Соловьёва, Н. Бердяева, П. Флоренского и многих, многих других русских философов, писателей и поэтов. В то же время через все СМИ всемерно навязывались народу как единственно заслуживающие внимания авторы и произведения, так или иначе пропагандирующие «революционные идеалы», «нормы революционной целесообразности» вместо нравственных и правовых норм.

Практически все программы: о спорте, об искусстве, литературе стали на нашем ТВ «живым бизнесом» — создаются всё новые игры с денежными призами. Непрерывно рекламируются всевозможные принадлежности женского туалета, противозачаточные средства, т.е. то, что в нашей национальной культуре никогда не афишировалось, о чём не принято было говорить вслух. И это не ханжество, а обычаи наших предков, составляющих основу нашей славянской культуры. Это, наконец, норма порядочных людей. Реклама такого рода — тоже внедрение идеологии, мировоззрения, ценностей тех, кому принадлежат каналы информации. Ставка делается на молодёжь, которая не имеет достаточно устойчивого собственного миропонимания, убеждений, критериев, этических и эстетических эталонов.

Какая информация внедряется сегодня посредством СМИ в сознание наших 15–16-летних подростков? Например, в передачах, рассчитанных на молодёжь, под предлогом проблем «голубых» (как будто для российской молодёжи сегодня нет более важных проблем!) часто ведётся откровенная пропаганда гомосексуализма.

Нам рассказывают о том, что такой-то зарубежный поп-певец женился на такой-то, что бюстгальтер Мадонны продали за 2000 долларов. Что ещё? Пожалуйста — дают интервью исполнители песенки «А че те нада»... Злоупотребляя свободой, СМИ навязывают молодёжи ценности и критерии, упорно внедряют миф о «золотой жизни Запада», заманивают соблазном — всё можно иметь за деньги. Результатом такого обучения социума «свободными» СМИ стал резкий рост преступности среди молодёжи. Возникают вопросы: кому это выгодно? на чьи интересы работают «свободные» СМИ? кто на самом деле формирует содержание их передач и управляет ими? предусмотрена ли уголовная ответственность за тот ущерб, который СМИ наносят социуму? совместимы ли «свобода СМИ» и управление социумом?

Понятие «свобода информации» сегодня пытаются связать с так называемыми «правами человека». (Разумеется, здесь речь идёт не о правозащитниках. Их терминологией умело воспользовались, и теперь усиленно внедряемая в наш социум игра в «права человека» наносит огромный ущерб России.) По самым разным поводам «свободные» СМИ разворачивают кампании «защиты прав человека», которые на самом деле направлены против интересов России. **Любые попытки принять законодательство, ограничивающее деятельность СМИ, средства массовой информации пытаются дискредитировать потому, что эти ограничения повлекут за собою значительное ослабление власти, рупором которой они являются, и как следствие — повлекут за собою ограничения финансовых потоков в эти самые СМИ.**

СМИ, как каналы управляемой информации, **по определению не могут быть свободными от своего хозяина**. Это зависимое от хозяина положение СМИ определяет их действия и позиции в социуме. И все компании в защиту «свободы СМИ» имеют главную цель — удержать финансово-политическую власть именно этого режима.

В этой ситуации любая созидательная информация, внедряемая по другим каналам (школа, вуз), полностью нейтрализуется мощнейшими средствами электронных СМИ, формируя человека-потребителя, индифферентного к нуждам России. Это ведёт к разрушению российского социума, ибо информационная база человека — основа его мыслительной и практической деятельности, его психологии.

Социумом манипулируют с помощью всевозможных рейтингов. Формируется «рейтинговый синдром», используются «рейтинговый гипноз», «рейтинговое давление».

Как сформировались такие СМИ в России, называющие себя «демократическими»? Кто учит будущих журналистов, что конкретно они изучают, какие морально-нравственные ценности, принципы формируются у студентов этих факультетов? После информационных войн выборной компании 1999 г. многие жители России (и, конечно, в первую очередь думающие журналисты) серьёзно озабочены состоянием журналистики в России, всерьёз задумываются о гражданском статусе журналиста.

Вырисовывается такая картинка. Поскольку в содержании обучения журналистов отсутствуют дисциплины, обуславливающие современный уровень образования (теория систем, математическая теория оптимальных процессов, теория моделирования и т.д.), этот мировоззренческий вакуум активно заполняется определённым образом трактуемыми доктринами «прав человека», «свободы слова», «свободы совести». У молодёжи, насмотревшейся голливудских фильмов, формируются амбиции причастности к власти, вседозволенности и безнаказанности. Продолжение следует на законодательном уровне. Позиция законодателей активно формировалась самими СМИ. В результате в России появилась каста «неприкасаемых», работающих против интересов России.

Сформировалась новая информационная среда и она требует немедленного и решительного пересмотра отношения к электронным СМИ, которые должны быть, безусловно, подчинены интересам общества. Человек не может освободиться от морально-нравственных ценностей своего социума, своей культуры, обычаев, традиций, кем бы он ни был. Всякая его деятельность должна быть направлена на пользу обществу, а не ему во вред. Правдивость и нужность информации определяется не конкретным журналистом или владельцем газеты, а только самим обществом. Информационная война против интересов России сегодня прикрывается разговорами о «свободе слова». Но — какого слова? Это важно для истинной демократии.

Многие государства, поняв сущность информационного воздействия на социум, предпринимают шаги для его защиты от интервентной, разрушительной информации, прибегая к различным политическим, экономическим и техническим санкциям.

Сегодня обучающее воздействие СМИ начинают осознавать и «простые», «рядовые», «массовые» потребители, начинают задавать себе вопрос: в чьих руках находятся СМИ в России и чьим интересам они служат. Учителям предстоит нести своим ученикам правду, которую сегодня не так просто отделить от неправды. А для этого сами педагоги должны быть хорошо информированы, осведомлены в этой проблеме, чтобы весомо аргументировать свою позицию в таком архисложном вопросе.

г. Мытищи Московской области