ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО. МЕДИАСРЕДА INFORMATION SPACE. MEDIA ENVIRONMENT

УДК 070.001

DOI 10.17150/2308-6203.2020.9(2).307-324

Овруцкий Александр Владимирович

Доктор философских наук, доцент, заведующий кафедрой
Кафедра речевой коммуникации и издательского дела,
Институт филологии, журналистики и межкультурной
коммуникации, Южный федеральный университет,
344006, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону,
ул. Пушкинская, 150, e-mail: alexow@mail.ru

Aleksandr V. Ovrutsky

Doct.habil. in Philosophy, Associate Professor, Head of the
Department

Department of Verbal Communication and Publishing,
Institute of Philology, Journalism, and Intercultural
Communication, Southern Federal University,
150, Pushkinskaya Str., Rostov-on-Don, 344006,
Russian Federation, e-mail: alexow@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ КОНЦЕПТ

Аннотация. Целями данной теоретической работы являются обзор и сравнительный анализ основных содержательных аспектов феномена информационной политики, а также попытка раскрыть ее коммуникативный концепт. Для реализации последней цели мы используем методологическую процедуру экстраполяции модели О. Розенштока-Хюсси на предметное поле информационной политики. Актуальность темы исследования обусловлена появлением информационного общества, медиатизацией политики, интенсивным развитием практик информационной политики, процессами ее институционализации, разработкой технологий управления информацией в рамках концепции искусственного интеллекта, а также междисциплинарным характером феномена.

Проведен обзор литературы по теме информационная политика, даны определения понятиям «информация», «социальная информация», «информационная политика». Сделан сравнительный анализ различных подходов, зафиксированы различия в понимании целей информационной политики, ее функций, структурных компонентов, приведены примеры широкого и узкого подходов к определению информационной политики. Выделены три концепта информационной политики: пресс-служба, маркетинговая концепция и диалоговая концепция О. Розенштока-Хьюси. Сделан краткий обзор последней, раскрыто содержание четырех коррекционных дискурсов, релевантных для практик информационной политики (Единство, Вера, Сила и Уважение). Сделан вывод о том, что концепция О. Розенштока-Хьюси дает возможность формировать стратегические рамки для реализации информационной политики В этом контексте журналистская

деятельности понимается как дискурсивная технология социального конструирования.

Автор приходит к выводу, что информационная политика направлена на конструирование и структурирование информационного пространства, производство смыслов, образов, и призвана оказывать корректирующее влияние на массовое сознание. В качестве единицы деятельности в реализации информационной политики мы рассматриваем коммуникативные кампании.

Ключевые слова. Информационная политика, дискурс, коммуникативная кампания, коммуникативный концепт, диалог, грамматический метод, журналистика, социальная информация, массовое сознание.

Информация о статье. Дата поступления 11 марта 2019 г.; дата принятия к печати 30 апреля 2020 г.; дата онлайн-размещения 27 мая 2020 г.

INFORMATION POLICY AS COMMUNICATION CONCEPT

Abstract. The article is aimed at reviewing and comparing the key aspects of information policy, and describing it as a communication concept. The author extrapolates Eugen Rosenstock-Huessy's model on the object field of information policy. The topicality of the research is determined by the necessity to study the emergence of a new informational society, mediatization of politics, the development of information policy and its institutionalization, information management techniques in the context of artificial intelligence development, as well as by the interdisciplinary character of the phenomenon.

The author defines the terms information, social information and information policy, compares and analyses various approaches to interpreting them, shows differences in understanding purposes, functions and components of information policy, and gives the examples of a lateral and a unilateral approaches to defining information policy. The author also determines three concepts of information policy, namely, press relations service, marketing concept, and Rosenstock-Huessy's dialogic concept. In this context, the author specifies four correction discourses relevant in information policy practices (Unity, Faith, Power, and Respect), and infers that Rosenstock-Huessy's concept provides for forming strategic framework for implementing information policy, and journalism in this context is interpreted as a discourse technique of social construction.

The key inference suggests that an information policy is aimed at constructing and structuring information landscape, production of meaning and images, and correcting the mass consciousness. Communication campaigns are viewed as actions within an information policy.

Keywords. Information policy, discourse, communication campaign, communication concept, dialogue, grammatical method, journalism, social information, mass consciousness.

Article info. Received March 11, 2019; accepted April 30, 2020; available online May 27, 2020.

Актуальность темы исследования обусловлена кардинальным изменением роли информации в со-

временном обществе (появление информационного общества), медиатизацией политики, интенсивным

развитием практик информационной политики, процессами ее институционализации, а также междисциплинарным характером феномена. Концепция искусственного интеллекта, кроме военной и производственной составляющих, включает в себя и разработку технологий управления информацией, что также повышает уровень актуальности темы информационной политики.

Анализ специальной литературы свидетельствует об определенной асимметричности поля научных представлений. Так, большой объем текстов посвящен правовым, политическим и технологическим аспектам информационной политики. Вместе с тем, непосредственно содержательная их часть — коммуникативный концепт — практически не исследован.

Целями данной теоретической работы являются обзор и сравнительный анализ основных содержательных аспектов феномена информационной политики, а также попытка раскрыть ее коммуникативный концепт. Для реализации этой цели мы используем методологическую процедуру экстраполяции модели О. Розенштока-Хюсси на предметное поле информационной политики.

Категория «информационная политика» до сих пор не вошла в предметное поле теории журналистики, не представлена ни в профессиональном стандарте, ни в Государственных образовательных стандартах «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью». В лучшем случае, информационная политика рассматривается в контексте стратегии деятельности СМИ (редакционная информационная политика), а применительно к различным

субъектам власти зачастую необоснованно сводится к количественным и другим формальным параметрам (частота и объем публикаций, жанровая палитра, издания и т.д.). Дискурсивный вектор, коммуникативная концепция информационной политики остаются за скобками журналистских исследований, что, на наш взгляд, обедняет теоретический корпус журналистики, выводит эти виды профессиональных практик за рамки научной рефлексии и не позволяет разработать рекомендации по повышению их эффективности.

Полагаем, что практики информационной политики являются журналистскими по своей базовой деятельности — производство текстов СМИ. Вместе с тем, необходимо отметить, что обозначение этого информационно-коммуникационного вида деятельности как практик «политики» востребует от соответствующих специалистов стратегическое видение общества, владение коммуникативными технологиями социального конструирования на основе медиавоздействия и управления массовым сознанием, концептуальное понимание информационной среды, ее механизмов и процессов. Как указывает отечественный исследователь Л.Г. Свитич, информационные процессы лежат в основе всех систем, обеспечивая программы и способы управления их изменением и развитием [1, с. 10].

Мы предполагаем, что информационная политика могла бы стать новым специфическим предметом журналистики, по крайней мере, занять достойное место в ее теоретических и прикладных изысканиях. Не будет большим преувеличением утверждать, что категория информа-

ционной политики является такой же глобальной, как и недостаточно разработанной. Ее междисциплинарный характер не дает возможности узкого определения в жестких методологических рамках одного научного направления, а различные уровни реализации информационной политики делают ситуацию еще более запутанной и сложной, что отражается в массиве научных текстов по этой теме (противоречивые определения и классификации, сложность обобщения различных подходов и др.).

По мнению американской исследовательницы С. Браман, информационная политика является одной из самых древних форм управления, однако сегодня произошли фазовые изменения, затронувшие суть государственного развития в целом [2, р. 1]. В.Ю. Бровка характеризует эту ситуацию как «информационный взрыв», приведший к существенным изменениям в формах и принципах коммуникативных процессов [3, с. 68]. Современный информационный ландшафт стал характеризоваться высокой цифровой плотностью, хаотичностью информационных потоков, активным использованием технологий социального конструктивизма — конструирование социальной реальности медийными средствами. В социальных науках утвердилось положение, согласно которому к концу XX в. многие страны перешли к новой форме социальной организации — открытое информационное общество. Его особенность в том, что на первый план в общественном регулировании в тесном переплетении с другими типами власти (административной, политической, экономической) выходит информационная власть [4, с. 5].

К другим характеристикам современных информационных социумов относят ускорение процесса принятия социально значимых решений, повышение транспарентности функционирования власти, появление больших возможностей для граждан и их организаций в управлении обществом, снижение роли материального производства и интенсивное развитие сектора услуг, изменения типов вовлекаемых в производство ресурсов, модификацию традиционной социальной структуры [5, с. 3, 11].

Из всего многообразия существующих трактовок понятия «информация» В.Г. Антипова выделяет четыре доминирующих: 1) системный подход (рассматривающий информацию как отраженное разнообразие); 2) металингвистический подход (здесь информация предстает в виде «совокупности непроявленных, потенциальных и развёрнутых, проявленных, реальных смыслов»); 3) функциональный подход (когда информация служит средством воздействия субъекта управления на управляемый объект); 4) социально-информационно-логический подход (информация как результат отражения фактов общественного бытия и общественного сознания, циркулирование отраженного и взаимоотраженного многообразия жизни социума) [6, с. 14]. Представляет интерес и кибернетический подход к информации как количественной мере устранения неопределенности (энтропии).

Для целей нашего исследования важнейшее значение имеет феномен социальной информации, раскрываемый как любая информация, описывающая жизнедеятельность социума, своеобразие общества, его структуру, законы развития, вза-

имодействия с властью, социальные (общественные) идеалы, генезис и развитие, судьбы и перспективы, логику социальных процессов, общественного бытия и общественного сознания. Также подчеркивается, что журналистская информация является составной частью социальной информации, а ее содержание и другие аспекты изучаются в том числе в рамках журналистики [7, с. 66].

Как указывает С. Брамман, первое использование термина «информационная политика» можно датировать периодом Первой мировой войны. Информационная политика здесь рассматривалась как синоним пропаганды. Новый интерес к «информационной политике» возникает в 70-80-е гг. прошлого века, когда национальные правительства во всем мире вновь стали активно использовать это понятие, хотя информационная политика еще долгое время считалась сферой «низкой политики» [8, р. 2].

Большинство исследователей указывают на отсутствие единого общепринятого определения «информационной политики». В частности, А.А. Долгушева отмечает, что несмотря на то, что это понятие широко используется в различных отраслях знания (теоретической и сравнительной политологии, коммуникационном менеджменте, социальной и политической психологии, коммуникативистике, экономической информатике и т.д.) и достаточно продолжительное время употребляется в академической, экономической и общественно-политической среде, при этом отсутствует согласованный подход к определению данного термина, не утихают дискуссии по поводу сущности этого понятия. [9, с. 259].

В широком значении информационная политика рассматривается в системе с другими областями жизнедеятельности общества, такими как образование, культура, наука и техника [10, р. 318]. К расширительному подходу, например, можно отнести определение Р. Пэдджаро, В.С. Бетанкурта, в рамках которого информационная политика представляется как руководящие принципы планируемых действий по обеспечению доступа к универсальной информации для осуществления социальной, экономической и политической деятельности в ходе достижения цели национального развития [11, р. 28–29]. Или определение С. Брамман, в котором автор отмечает, что сама власть реализуется сегодня через информационную политику как процесса сознательного, явного и последовательного контроля со стороны правительства над созданием, обработкой, распространением и использованием информации для осуществления своих властных функций [2, р. 2]. Иными словами, разработанность, системность и, в конечном итоге, эффективность информационной политики становятся индикаторами эффективности власти как таковой. Близкую точку зрения высказывают А.В. Скиперских и М.А. Губин, пишущие, что информационная политика, осуществляемая в интересах правящих акторов, превращается в некую форму принудительного ресурса, а эффективность притязаний того или иного претендента на властную позицию напрямую зависит от информационного сопровождения легитимационных процедур [12, с. 259]. Иными словами, легитимация правящих элит превращается в демонстрацию превос-

ходства правящего класса в информационной сфере, в умение верно оперировать информационным капиталом, конвертируя его в экономическое и политическое влияние [12].

В своем узком значении информационная политика редуцируется к какому-либо одному своему аспекту. Примером такого определения можно считать подход О.В. Осипова, понимающего под информационной политикой деятельность государственных органов власти, направленную на информатизацию и компьютеризацию всех сфер жизнедеятельности общества [13, с. 79]. Кроме технологического аспекта, в основу определения часто закладывают и правовой аспект. Например, в определении О.А. Судоргина, информационная политика включает в себя несколько взаимосвязанных процессов: 1) формирование информационного законодательства и 2) информатизация деятельности власти и общества (повсеместное создание института связей с общественностью, разработка, создание и внедрение в политический и управленческий процессы информационно-коммуникационных технологий) [5, с. 12–13].

Еще одной распространенной точкой зрения является положение о том, что информационная политика охватывает, главным образом, медийные вопросы, а также вопросы взаимоотношения органов государственной власти с СМИ. По мнению Ю.А. Нисневич, терминологически более точно такой подход определить как «государственная политика в области массовой информации» [4, с. 50].

Интересными представляются обобщения в рамках понятийного анализа категории «информацион-

ная политика», сделанные А.А. Долгушевой. Автор приходит к выводу, что можно выделить четыре подхода к определению данного понятия: 1) информационная политика применительно к институтам политики, государства, международных отношений; 2) как «социальная позиция СМИ» (отождествляются понятия «информационная» и «редакционная политика СМИ»); 3) как система мероприятий, определяющих интенсивность, качество процессов формирования, преобразования, хранения, передачи и использования информации; 4) как управление информационными потоками [9, с. 259]. Первые три подхода, по мнению А.А. Долгушевой, являются узкими и не раскрывают полноту содержания анализируемого понятия.

Определение А.А. Долгушевой близко к подходу Ю.А. Нисневича, который определяет информационную политику как совокупность управленческих решений и методов их реализации для регулирования и совершенствования как непосредственно процессов информационного взаимодействия во всех сферах жизнедеятельности общества и государства, так и процессов (в широком смысле) технологического обеспечения такого взаимодействия [14, с. 45]. Отметим, что в подходе Ю.А. Нисневича и А.А. Долгушевой информационная политика и информационный менеджмент рассматриваются, по сути, как синонимичные понятия, что, на наш взгляд, требует дополнительной аргументации. По крайней мере, в вопросе существования и использования в научном дискурсе двух понятий, обозначающих в рамках такого подхода один и тот же феномен.

Д.А. Гальцина указывает на различия в определениях информационной политики отечественных и зарубежных авторов. На ее взгляд, западные исследователи, говоря об информационной политике, как правило, упоминают ее содержательные параметры, в то время как российские ученые чаще держат в фокусе своего внимания процессы информатизации, которые считаются ими частью государственной информационной политики [15, с. 24].

Мы согласны с С. Браман в том, что в последние годы доминирующим относительно информационной политики стал междисциплинарный подход, а широкий подход к определению информационной политики является более адекватным с точки зрения отражения сложности и многофакторности изучаемых процессов [8, р. 2]. В качестве обобщенного определения информационной политики приведем определение американских исследователей П. Эрнон и Х. Релиа: информационная политика — это набор взаимосвязанных принципов, законов, правил, положений и процедур, регулирующих надзор и управление информационным жизненным циклом, а именно: производство, сбор, распространение, поиск и изъятие из обращения информации, направленных на обеспечение свободного политического, экономического и социального выбора каждого человека в современном обществе [16, р. 1300].

Таким образом, информационная политика оперирует потоками социальной информации, которая отражает социальное бытие, создает и воспроизводит смыслы, образы и ценности (социальная ткань), управляет массовым сознанием и

направлена на снижение социальной энтропии. В ее основе всегда лежит определенный коммуникативный концепт.

Полагаем, что информационная политика направлена на конструирование и структурирование информационного пространства, производство смыслов, образов. Она призвана оказывать корректирующее влияние на массовое сознание. Как отмечает Н. Луман: «Все, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы узнаем через массмедиа. Это относится не только к знанию общества и истории, но и к знанию природы» [17, с. 9]

В технологическом смысле единицей деятельности в реализации информационной политики, на наш взгляд, являются коммуникативные кампании. Последние рассматриваем как систему спланированных и объединенных одной целью информационных воздействий (текстов, мероприятий) в рамках согласованной концепции, ограниченных временными и медийными рамками. В связи с тем, что субъектами информационной политики являются различные стейкхолдеры (субъекты гражданского общества, бизнес-структуры и др.), это приводит к тому, что реализация информационной политики включает различные коммуникативные потоки, что, в свою очередь, востребует диалоговые формы коммуникации и создает причудливую и сложную коммуникативную ситуацию. Отметим, что журналист, наверное, впервые сталкивается со столь сложной задачей генерации и управления такими потоками, а востребованные компетенции пока еще по большей части не формируются в рамках профес-

сионального образования. Можно сделать вывод, что применительно к феномену информационной политики практика пока опережает теорию.

Такая дистанция между теорией и практикой журналистики приводит, на наш взгляд, к ситуации, когда в ряде случаев деятельность структур по информационной политике попросту подменяется более локальными ее видами, например, практиками пресс-службы. Об этом, например, свидетельствуют, многочисленные положения об отделах информационной политики в субъектах Федерации, согласно которым в функционал этой структуры входит информирование о деятельности конкретных должностных лиц, организация пресс-конференций и интервью, взаимодействие со СМИ, оперативное реагирование на критические публикации и другие виды деятельности, не имеющие прямого отношения к информационной политике и не сводимые к ней.

Рассмотрим функциональное наполнение деятельности в сфере информационной политики. Анализ специальной литературы позволяет зафиксировать существенные различия в выделяемых функциях и их иерархии. Так, по мнению О.А. Судоргина, основными функциями информационной политики являются: 1) стимулирование информационными средствами гармоничного развития личности, общества и государства; 2) регулирование информационными средствами общественных отношений; 3) регулирование информационными средствами взаимоотношений личности, общества и государства со стороны высшей власти; 4) упрощение и облегчение информационных взаимоотношений

между личностью, обществом и государством; 5) обеспечение личности, общественности и органов государственной власти объективной информацией о состоянии и развитии социума; 6) создание максимальных возможностей для эффективных действий личности, общества и государства в информационном пространстве [5, с. 24]. Близкий подход исповедует Е.А. Каменская, рассматривающая в первую очередь ресурсные функции информационной политики, а именно обеспечение открытого информационного обслуживания населения на основе развития массового информационного обмена и массовых коммуникаций; информационное обеспечение деятельности системы органов государственной власти и местного самоуправления; обеспечение открытого информационного взаимодействия гражданского общества и власти, включая государственную и местную [18, с. 19].

По мнению Ю.А. Нисневича, информационная политика (ее эффективная реализация) должна, в конечном итоге, привести к созданию условий для социально-экономического, культурного и политического развития страны (стимулирование инноваций, повышение конкурентоспособности экономических субъектов, регулирование процессов информационного взаимодействия субъектов гражданского общества, государственной власти и местного самоуправления), а также сохранению статуса мировой державы. [14, с. 18, 33–34, 52–54].

Коммуникативные функции в информационной политике выделяют Д.Г. Балуев и Е.П. Чекулаев. По их мнению, информационная политика должна быть направлена на созда-

ние единого формата информационного вещания на подавляющем большинстве СМК, доступных большинству населения России; достижение «эффекта интерактивности» между властью и людьми; обеспечение адекватной интерпретации принимаемых политических решений; интеграционную функцию обеспечения демонстрации общности и единства российского общества; функцию поддержания имиджа власти и формирования позитивного к ней отношения, а также функцию получения обратной связи [19, с. 319]. А.В. Скиперских, М.А. Губин фиксируют также функцию обеспечения избирательных кампаний общественной поддержкой, легитимизации и повышения доверие к избирательному социальному институту [12].

Обобщенную картину функционального наполнения информационной политики делает, на наш взгляд, южноафриканский исследователь А. Хенрики, выделяющий шесть основных ее функций: экономическую, властную, культурную, образовательную, развивающую и техническую. Экономическая направлена на регуляцию распределения ресурсов между различными группами общества. Властная предполагает обеспечение информационных прав и свобод (свобода выражения мнений, право на доступ к любой информации, находящейся в распоряжении государства, и любой информации, находящейся в распоряжении другого лица, которая запрашивается для осуществления или защиты каких-либо прав). Культурная функция обеспечивает обмен в сложном поликультурном обществе. Образовательная функция обеспечивает инвестирование в людей, которые

станут основой стратегии роста и развития (потенциал передовых информационных технологий). Функция развития позволяет ускорить темпы развития страны (надежная информация). Технологическая функция — развитие информационных технологий, которые также становятся основой для развития общества в целом [20, р. 31].

Важное значение для нашего анализа имеет описание структурных элементов информационной политики и ее конкретных видов практик. Ю.А. Нисневич полагает, что к концу 90-х гг. прошлого века в качестве самостоятельных направлений информационной политики обозначились и стали почти автономно развиваться такие ее составляющие, как информационная безопасность и формирование информационного законодательства [4, с. 51–52.]. Эти элементы порождают шесть информационных потоков или дискурсивных практик: 1) поток законодательных и нормативных правовых актов, представляющих собой прямые регулирующие воздействия; 2) поток информации обратной связи о состоянии общества; 3) поток формируемых властью адаптирующих информационных воздействий; 4) поток информации, отражающей общественную реакцию на текущие события и деятельность власти — общество должно иметь возможность открыто выражать власти свое коллективное и личное отношение к ее решениям и действиям; 5) поток массового информационного обмена и коммуникаций; 6) поток документооборота системы органов власти [там же, с. 60].

Автор особо выделяет первый и третий виды информационных потоков. Первый основан на документированной законодательной и

иной нормативно правовой информации. Третий направлен на адаптацию общества к первому типу воздействия посредством публичного разъяснения своих решений и действий, передачи дополнительных адаптирующих воздействий власти обществу в форме специально подготовленной и публично распространяемой самой властью информации, объясняющей общие цели и задачи, стратегию и тактику ее деятельности, отношение к текущим внутриполитическим и внешнеполитическим событиям и с определенным упреждением разъясняющей смысл и направленность ее конкретных решений и действий [4, с. 56–57].

Большинство авторов указывают на миротворческую, конфликто-разрешительную функцию информационной политики, причем эта функция фиксируется вне зависимости от уровня ее реализации. Такая задача обусловлена объективной конфликтогенностью современных процессов, «разгосударствлением политики» — размытием основного субъекта информационной политики (активное включение в информационное пространство общественно-политических объединений, политических партий, институтов гражданского общества, масс-медиа и др.) [5, с. 25]. М.В. Мамонов в этой связи замечает, что в публичной сфере как коммуникационном пространстве согласования различных интересов ролевые функции участников этого процесса неопределенны, легко трансформируемы и однозначно не закреплены за его сторонами [21, с. 26].

Миротворческую функцию можно рассматривать универсальной для всех журналистских практик. Например, согласно определению Л.Г. Сви-

тич, журнализм — это стабилизатор, гомеостатический фактор самого общества. Исследователь подчеркивает, что стабилизирующее либо дестабилизирующее влияние журнализма на общественное развитие оказывается (осознаем мы это или не осознаем) весьма сильным [1, с. 19].

Отметим, что и сама информационная политика часто играет противоречивую роль. Например, многие законы требуют открытого доступа к внутренней политике правительства и региональных властей. С другой стороны, — законодательные акты по борьбе с терроризмом позволяют правительственным учреждениям не только вторгаться в частную жизнь граждан и организаций, но и скрывать при этом доступ к информации, которую власть не хочет делать публичной, причем не всегда эта информация объективно нуждается в таком сокрытии.

Анализируя российскую практику реализации информационной политики в органах исполнительной власти субъектов Федерации (автор статьи не только занимается подготовкой бакалавров и магистров по направлению «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью» в ЮФУ, но и активно работает в рамках образовательных проектов по повышению квалификации специалистов пресс-служб регионов России), мы констатируем, что структуры по реализации информационной политики зачастую не выполняют таких функций. Часто происходит редукция деятельности к практикам простой пресс-службы с отличием лишь в субъекте информационного сопровождения. Соответствующие департаменты и отделы обслуживают обычно членов Правительства и замести-

телей Губернатора (у последнего, как правило, есть свой пресс-секретарь). К другим специфическим функциям отнесем работу со СМИ (мероприятия по развитию СМИ, предоставление им экономической поддержки, учреждение исполнительных властью новых СМИ и осуществление функций учредителя в уже имеющихся и т.д.). По сути, эту концепцию информационной политики можно назвать как пресс-служба для высшего состава исполнительной власти. Полагая, что в этом случае происходит выхолащивание сути информационной политики, функции которой так и не реализуются, соответственно эффективность такой деятельности весьма сомнительна.

Вторую концепцию информационной политики мы обозначаем, вслед за В.Ю. Бровко, как маркетинговую [3, с. 72]. В коммуникационном маркетинге за более чем столетнюю историю развития создана целостная коммуникационная модель управления спросом посредством системы маркетинговых коммуникаций. Применительно к субъектам власти та-

кая модель базируется на центральной категории «репутация». Здесь информационная политика реализуется посредством репутационного менеджмента. Отметим, что эта концепция получила широкое распространение в бизнес-среде (информационная политика крупных коммерческих организаций). Репутационные модели, на наш взгляд, практически не прижились в коммуникативных практиках исполнительной власти нашей страны. Связано это с несколькими причинами, что заслуживает отдельного исследования.

Одной из релевантных концепций информационной политики является диалоговая концепция О. Розенштока-Хюсси [22]. Впервые она была опубликована в 1964 г. Автор предложил интересную дискурсивную концепцию общественного развития. В частности, по его мнению, общественное бытие возможно рассмотреть в рамках базовых физических координат — пространственной и временной, которые образуют так называемый «Крест мира» (см. рис. 1). К сожалению, концепция О. Розеншто-

Рис. 1. «Крест действительности» О. Розенштока-Хюсси [22, с. 13].

ка-Хюсси не принадлежит к мейнстриму и редко цитируется в специальной литературе по журналистике и коммуникативистике, в связи с чем считаем необходимым остановиться на ее содержании более подробно. Отметим, что попытка найти онтологические информационные основания журналистики является одной из тем отечественной теории журналистики. Так, профессор Л.Г. Свитич, определяет журналистику как пространственно-временной (хронотопный) информационный пульсар, что, на наш взгляд, также доказывает релевантность концепции О. Розенштока-Хюсси для анализа механизмов функционирования журналистики [1, с. 14–15].

Крайние точки пространственно-временных координат, по мнению американского ученого, отражают четыре вида общественных бедствий. Экстремумы временной оси — это бедствие Упадка (Стагнация), обусловленного отсутствием веры в будущее и гипертрофированной направленностью массового сознания на прошлое, и бедствие Революции — отсутствие уважения к прошлому, ориентация исключительно на будущее. Экстремумы пространственной оси — это Война и Анархия. Война предстает как деформация внешне-пространственного вектора (экспансия, захват внешнего пространства), а Анархия характеризует деформацию ориентации внутрь системы (разрушение внутренней структуры общества). Автор пишет, что Анархия предстает как депрессия в экономике и вызвана отсутствием «кооперации и всеобщего воодушевления» [22, с. 18–19]. Люди перестают единообразно понимать такие слова, как справедливость, благосостояние,

всеобщее благо. Общество в ситуации анархии, как команда корабля, у которой нет одного общего языка. Отношения убиты взаимным недоверием или просто взаимным равнодушием. Такое общество напоминает ситуацию с Вавилонской башней.

Стагнация (силы, воли, духа, веры) состоит не только в том, что у людей не рождаются дети, но и в том, что у них недостаёт жизненных сил, чтобы вдохновить поколение, идущее вслед за ними, своими целями и идеалами. Упадок означает неспособность дожить до будущего. Упадок старшего поколения обрекает младшее поколение на варварство. Упадок родителей лишает детей наследства.

Упадок у старых людей, по мнению О. Розенштока-Хюсси, проявляется в том числе и в отсутствии у них энтузиазма преподавать молодым свою веру, этот язык лишен силы убеждения. Ученый называет его лишенным содержания, мёртвой формулой, окаменелым ритуалом.

Следующее бедствие — Революция — предстает как насилие над существующим миропорядком и над людьми, сформированными прошлым и в прошлом. Старые люди «ликвидируются», «исключаются», так как считаются «прошлыми людьми». Во времена революции и язык, и традиции прошлого обесцениваются как вышедшая из употребления валюта. Нормы прежнего языка и другие классические формы подвергаются осмеянию, создаётся новый язык.

Социальное бедствие пространственной координаты — это Война. Автор пишет, что бедствие войны — это трещина в пространстве, это попытка включить в свой

состав территорию, находящуюся вовне. Война обнаруживает слабость системы мирного времени. Системе не хватает сил в организации пространства.

Все четыре вида социального бедствия могут иметь различные формы. Полагаем, что эти характеристики скорее отражают состояние массового сознания. Например, на региональном уровне война не обязательно должна превратиться в прямой захват территорий. В более мягком варианте это может быть экономическая или информационная война или любые виды агрессивной политики по отношению к соседям. То же самое можно отнести и к остальным видам социальных бедствий.

О. Розеншток-Хюсси предлагает рассматривать эту графическую модель («Крест мира») как иллюстрацию технологии достижения мира и согласия. Центр этого креста, т.е. равноудаленность от четырех видов социальных бедствий и есть точка Мира. Общество постоянно вынуждено искать равновесие, стремясь попасть в точку Мира. Иными словами, социальная эволюция — это непрерывный поиск равновесия, а любое социальное исследование — изучение причин нарушения равновесия посредством анализа дискурсивных практик. О. Розеншток-Хюсси анализирует способы гармонизации общества. Основным способом такого движения, и в то же время основной технологией мироустройства, по его мнению, является речь. Посредством речи общество укрепляет свои оси времени и пространства. Эти оси задают направление и ориентацию всем членам общества. Речь лечит общество от болезней

дисгармонии и распада во времени и пространстве [22, с. 24].

Для американского исследователя говорить — значит объединять, упрощать, интегрировать жизнь [там же, с. 26]. Автор указывает, что то, что мы осознаем, мы обязательно проговариваем [там же, с. 31]. Иными словами, предлагается концепция общественного диалога, актуализирующего речевое мышление. Речевое мышление это специфический социальный способ рефлексии любого социального опыта, любого социального феномена. Общество живёт речью и умирает отсутствием речи, а передача знаний от поколения к поколению, от учителя к ученику, от отца к сыну становится важнейшим и необходимейшим условием осмысленного и совместного существования людей. В качестве примера автор приводит ситуацию разрушения немецкого языка в Германии в 30-е гг. прошлого века, когда уже нельзя было разделить распад языка и духовный крах от социальной катастрофы [там же, с. 15].

О. Розеншток-Хюсси предлагает использовать грамматический метод, называя его матричной формой мышления и относя его к универсальным методам социальных и гуманитарных наук [там же, с. 16]. На его взгляд, грамматический метод призван найти общий язык, единое основание для социального мышления [там же, с. 17].

Для каждого вида социального бедствия автор находит свой специфический путь коррекции, причем в рамках грамматического метода. В частности, предлагаются создавать диалоговые коммуникативные потоки, в рамках которых будет актуализировано речевое мышление и будет

происходить гармонизация массового сознания. Автор подчеркивает, что грамматика есть метод, с помощью которого мы создаем текущий социальный процесс. Для коррекции Анархии исследователь предлагает дискурс Единства. Под дискурсом мы понимаем здесь систему текстов или коммуникативную кампанию, интенциональную и актуализирующую диалог в массовом и индивидуальном сознании. Иными словами, под дискурсом Единства мы понимаем систему текстов (в нашем случае медиатекстов), создающих смыслы и образы единства, конструирующих социальную реальность на основе этой ценности, причем процесс этот ввиду сложности задач носит развернутый во времени характер, является полимедийным и концептуально опосредованным.

Стагнацию может победить дискурс Веры. Революции противостоит дискурс Уважения, а Войне — дискурс Силы [22, с. 22]. К сожалению, автор не дает четкого определения этих четырех видов дискурса. Поэтому мы

предлагаем следующие интерпретации их содержания (см. табл. 1.).

Таким образом, разрушению внутренней структуры общества информационными способами будут способствовать информационные потоки текстов, направленных на формирование и актуализацию идентичности членов общества, формирование чувства «мы» и сопричастности общему. К этому дискурсу мы относим темы общей идеологии, национальных «скреп», национальной культуры, патриотизма, «общей судьбы» и др. Основу этого дискурса составляют представления о глобальном порядке, некоем универсальном законе упорядочивания любой социальной материи (теория антихаоса).

Дискурс Веры направлен на коррекцию застоя. Это тексты, которые формируют убежденность в своих силах и способностях, а также силах и способностях членов своей группы (все получится, и будущее будет обязательно лучше настоящего и тем более прошлого). Уверенность, причем не обязательно основанная

Таблица 1

Содержание дискурсов

№	Дискурс	Содержание
1	Единство	Идентичность, взаимосвязь, целостность, взаимодействие, внутренняя устойчивость, структурированность, системность, порядок, сплоченность, кооперация.
2	Вера	Убежденность, уверенность, доверие, верность, преданность, моральный императив, глубокое и искреннее принятие, эмоциональное проникновение, долгосрочные цели и задачи, представление общественного будущего.
3	Уважение	Признание достоинства, справедливость, деликатность, почтение, внимание, оценка, отношение, принятие, благоговение, весомость, важность.
4	Сила	Могущество, влияние, воля, управление, контроль, связь, соединение, убеждение, власть, весомость, движение, взаимодействие, взаимоотношения, энергия, самостоятельность, свобода, интенсивность, направленность, институты.

на рациональных посылах, дает энергию обществу для развития и выхода из стагнации. В таких текстах должны быть представлены долгосрочные цели и задачи общества, ясное представление о его будущем. Такой дискурс, на наш взгляд, основан на классической европейской идеи прогресса как поступательного движения вперед (будущее всегда лучше прошлого).

Экстремальной ориентации общества в будущее противостоит дискурс Уважения. Это тексты, в которых воспроизводятся и актуализируются ценности принятия и признания другого, принятия и признания прошлого как морально значимой сферы, внимание и почтение к уже достигнутому. В своей основе такой дискурс есть реализация концепции этернализма (течения времени объективно не существует, а события будущего уже произошли). Одним из следствий этой концепции является признание прошлого как источника социальной материи и социальных изменений. Отчасти этот дискурс основывается на консервативной идеологии.

В ситуации, когда общество проявляет открытую агрессию, этому может противостоять дискурс Силы. К такому дискурсу мы относим тексты, раскрывающие достижения власти в области внутренней политики (направленность общества на себя). Специфической темой такого дискурса является тема институтов гражданского общества, эксплици-

рующая внутреннюю структурированность общества, его управляемость мирными средствами.

Таким образом, считаем, что операциональная схема О. Розенштока-Хюсси способна стать стратегической рамкой для реализации информационной политики, особенно на уровне реализации государственной информационной политики и реализации информационной политики субъектов Федерации. Связь дисфункций массового сознания с содержанием коммуникативных кампаний как корректирующих и, возможно, профилирующих медийных воздействий позволяет обосновывать цели коммуникативных практик информационной политики, раскрывать механизм влияния дискурсивных воздействий на общество. Полагаем, что коммуникативная концепция О. Розенштока-Хюсси будет полезна для понимания журналисткой деятельности как дискурсивной технологии социального конструирования, а также позволяет повысить ее эффективность, в том числе и в сфере организации и проведения информационной политики. Использование этого коммуникативного концепта предполагает разработку дискурсивных медийных технологий производства социальных смыслов и образов, перевода информации на уровень социальных знаний, гармонизации социальной жизни общества посредством целостных коммуникативных кампаний.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Свитич Л.Г. Журнализм в контексте современных научных парадигм / Л.Г. Свитич // Вопросы теории и практики журналистики. — 2012. — № 2. — С. 9–21.
2. Braman S. An introduction to information policy / S. Braman // Change of state: Information, policy, and power. — Cambridge : MIT Press, 2006. — P. 1–8.

3. Бровко В.Ю. Концептуальные модели информационной политики: к вопросу систематизации / В.Ю. Бровко // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. — 2015. — № 5. — С. 67–80.
4. Нисневич Ю.А. Информация и власть / Ю.А. Нисневич. — Москва : Мысль, 2000. — 175 с.
5. Судоргин О.А. Современная информационная политика государства: мировой опыт и российская практика : автореф. дис. ... д-ра полит. наук : 23.00.02 / О.А. Судоргин. — Москва, 2011. — 40 с.
6. Антипова В.Г. Развитие информационно-коммуникативных связей органов местного самоуправления : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10. — Москва, 2010. — 25 с.
7. Информация социальная // Социальная информатология : словарь / ред. Л.И. Мухамедова, В.В. Попов. — 2-е изд. — Москва, 2007. — С. 66.
8. Braman S. Defining information policy / S. Braman // Journal of information policy. — 2011. — № 1. — P. 1–5.
9. Долгушева А.А. О сущности информационной политики предприятия / А.А. Долгушева // Вестник Тюменского государственного университета. — 2009. — № 4. — С. 258–263.
10. Basri M. Information Policy: The Diminishing Role of Library / M. Basri, Z.M. Yusof, N.A. Zin // International Journal of Humanities and Social Science. — 2012. — Vol. 2, no. 19. — P. 317–327.
11. Pajaro R. National information policy goals and action area / R. Pajaro, V. Betancourt // Building national information policies: Experiences in Latin America. — URL: http://infolac.ucol.mx/observatorio/arte_libro.pdf.
12. Скиперских А.В., Губин М.А. Легитимация политической власти в России: информационная политика как принудительный ресурс / А.В. Скиперских, М.А. Губин // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. — 2010. — № 2. — С. 259–268.
13. Осипова О.В. Понятие «государственная информационная политика» в аспекте политической коммуникации: к определению актуального содержания / О.В. Осипова // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. — 2010. — Т. 7, № 4. — С. 79–83.
14. Нисневич Ю.А. Информационная политика России: проблемы и перспективы / Ю.А. Нисневич. — Москва : Ноосфера, 1999. — 176 с.
15. Гальцина Д.А. Информационная политика стран Таможенного Союза : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Д.А. Гальцина. — Санкт-Петербург, 2017. — 27 с.
16. Hernon P. Information Policy / P. Hernon, H.C. Relyea // Encyclopedia of library and information science / ed. A. Kent, H. Lancour. — New York : Marcel Dekker, 2003. — P. 1300.
17. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. — Москва : Практис, 2005. — 256 с.
18. Каменская Е.А. Сущность и особенности информационной открытости органов власти в современной России / Е.А. Каменская // Общество: политика, экономика, право. — 2011. — № 2. — С. 18–24.
19. Балугев Д.Г. Информационная политика и формы интерактивного взаимодействия в современной России / Д.Г. Балугев, Е.П. Чекулаев // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2010. — № 5-1. — С. 317–321.
20. Henrici I. Approach to the formulation of a National Information Policy for South Africa / I. Henrici // Stellenbosch University Library and Information Service since 2004. — Vol. 70, no. 1. — P. 30–38.
21. Мамонов М.В. Информационная политика и изменение общественного мнения / М.В. Мамонов // Полис. Политические исследования. — 2011. — № 5. — С. 26–32.
22. Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность / О. Розеншток-Хюсси. — Москва : Лабиринт, 2008. — 271 с.

REFERENCES

1. Svititch L.G. Journalism in the Context Modern Scientific Paradigm. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2012, no. 2, pp. 9–21. (In Russian).
2. Braman S. An Introduction to Information Policy. *Change of State: Information, Policy, and Power*. Cambridge, MIT Press, 2006, pp. 1–8.

3. Brovko V.Yu. Conceptual Models of Information Policy: On the Question of Systematization. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskie nauki = Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science*, 2015, no. 5, pp. 67–80. (In Russian).
4. Nisnevich Yu.A. *Informatsiya i vlast' [Information and Power]*. Moscow, Mysl Publ., 2000. 175 p.
5. Sudorgin O.A. *Sovremennaya informatsionnaya politika gosudarstva: mirovoi opyt i rossiiskaya praktika. Avtoref. Dokt. Diss.* [The contemporary information policy of the state: world and Russian practices. Doct. Diss. Thesis]. Moscow, 2011. 40 p.
6. Antipova V.G. *Razvitie informatsionno-kommunikativnykh svyazei organov mestnogo samoupravleniya. Avtoref. Kand. Diss.* [Development of information and communication relations between local authorities. Cand. Diss. Thesis]. Moscow, 2010. 25 p.
7. Social Information. In Mukhamedova L.I., Popov V.V. (eds). *Sotsial'naya informatsiologiya [Social Information Studies]*. 2nd ed. Moscow, 2007, pp.66. (In Russian).
8. Braman S. Defining information policy. *Journal of information policy*, 2011, no. 1, pp. 1–5.
9. Dolgusheva A.A. On Essentiality of Corporate Information Policy. *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta = Tyumen State University Herald*, 2009, no. 4, pp.258–263. (In Russian).
10. Basri M., Yusof Z.M., Zin N.A. Information Policy: The Diminishing Role of Library. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2012, vol. 2, no. 19, pp. 317–327.
11. Pajaro R., Betancourt V. National Information Policy Goals and Action Area. *Building national information policies: Experiences in Latin America*. Available at: http://infolac.ucol.mx/observatorio/arte_libro.pdf.
12. Skiperskikh A.V., Gubin M.A. Legitimacy of political power in Russia: the information policy as means of enforcement. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki = Izvestiya Tula State University. Humanitarian sciences*, 2010, no. 2, pp. 259–268. (In Russian).
13. Osipova O.V. The Concept «THE State Informational Policy» in the Aspect of Political Communication: to Identify the Actual Content. *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M.K. Ammosova = Vestnik of North-Eastern Federal University*, 2010, vol. 7, no. 4, pp. 79–83. (In Russian).
14. Nisnevich Yu. A. *Informatsionnaya politika Rossii: problemy i perspektivy* [Information policy of Russia: problems and perspectives]. Moscow, Noosfera Publ., 1999. 176 p.
15. Galtsina D.A. *Informatsionnaya politika stran Tamozhennogo Soyuza. Avtoref. Kand. Diss.* [Information policy of the Customs Union member-countries. Cand. Diss. Thesis]. Saint-Petersburg, 2017. 27 p.
16. Hernon P., Relyea H.C. Information Policy. In Kent A., Lancour H. (eds). *Encyclopedia of library and information science*. New York, Marcel Dekker, 2003, pp. 1300.
17. Luhman N. *Die Realität der Massenmedien*. Wiesbaden, 1996. 219 S. (Russ. ed.: Luhman N. *Real'nost' massmedia*. Moscow, Praxis Publ., 2004. 256 p.).
18. Kamenskaya E.A. Nature and Peculiarities of Information Openness of the Authorities in Modern Russia. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo = Society: Politics, Economics, Law*, 2011, no. 2, pp. 18–24. (In Russian).
19. Baluev D.G., Chekulaev E.P. Information Policy and Interactive Cooperation Forms in Modern Russia. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo = Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 2010, no. 5-1, pp. 317–321. (In Russian).
20. Henrici I. Approach to the formulation of a National Information Policy for South Africa. *Stellenbosch University Library and Information Service since*, 2004, vol. 70, no. 1, pp. 30–38.
21. Mamonov M.V. Information policy and shifts in public opinion. *Polis. Politicheskie issledovaniya = Polis. Political studies*, 2011, no. 5, pp. 26–32. (In Russian).
22. Rosenstock-Huessy E. *Speech and reality*. Vermont, 1970. (Russ. ed.: Rosenstock-Huessy E. *Rech' i deistvitel'nost'*. Moscow, Labirint Publ., 2008. 271 p.).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Овруцкий А.В. Информационная политика как коммуникативный концепт / А.В. Овруцкий . — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(2).307-324 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 2. — С. 307–324.

FOR CITATION

Ovrutsky A.V. Information Policy as Communication Concept. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* = *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 2, pp. 307–324. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(2).307-324. (In Russian).