

П.Н. КИРИЧЁК

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС
В СИСТЕМНО-ЦЕЛЕВОМ ИЗМЕРЕНИИ**

Лекция

ВВЕДЕНИЕ

Многопрофильность эволюции общества и личности есть факт нашей сегодняшней биографии. Из гуманитарного «букваря» известно, что эта эволюция протекает в различных ипостасях – политической, экономической, социальной, нравственной, религиозной – словом, во всех формах бытия человека, которые в буквальном смысле достают его в повседневности до ума и сердца. Ко всему перечисленному нужно добавить еще одну сферу бытия – информационную, которая, образно говоря, чем дальше продвигается в лес цивилизации, тем больше обретает «дров» самостийности.

На самом деле, каждый шаг современного человека происходит в трёхмерном пространстве, образованном информационным императивом – Что? Где? Когда? День для гомо сапиенс начинается «поглощением» сведений о погоде, продолжается чтением газет в дороге, наполняется работой на компьютере, насыщается восприятием рекламы и, наконец, завершается «потреблением» телевизионных новостей. В общем, в социальной ауре бытия человека его рабочее, досуговое, семейное пространство все активнее забирается или как бы покрывается, как меньшая матрёшка – большей матрёшкой, другим пространством – информационным, которое создаётся различными субъектами социальной коммуникации.

Информационный флюс в бытии и сознании современного человека просто заставляет или вынуждает (по-другому не скажешь!) легализовать в поле научной рефлексии два крайне важных концепта:

а) первый концепт – онтологический: нужно осмыслить тот факт, что трёх давно известных науке структур в личности человека («биогенеза», «социогенеза», «психогенеза») уже недостает для объяснения многих его желаний и действий, а также зигзагов сознания и поведения; сейчас человек становится всё более информационно-мотивированным (Н. Луман вообще назвал современного человека «информационной системой»); отсюда следует неизбежность

признания еще одной структуры в личности человека, а именно: «инфогенеза», активно коммуницирующего с «биогенезом», «социогенезом», «психогенезом» и часто довлеющего над ними – всё больше настроения и поступки человека мотивируются усвоением и пониманием потребляемой им информации, в том числе с помощью печати, радио, телевидения, сетевых изданий;

б) второй концепт – эвристический: нужно осмыслить тот факт, что феномен «инфогенеза» в социальном поле бытия и сознания требует для своего изучения не уже известной суммы гуманитарных подходов и методов, а просто инновационной науки, со своими (именными) объектом и предметом, методологией и терминологией; в такой науке под названием «социальная информациология», продвигающей, в том числе, и традиционную теорию журналистики, генерализованный тип социального взаимодействия фиксируется и определяется в трёхмерном поле «общество – массмедиа – государство» (по-иному: «народ – пресса – власть»); при этом функциональные контакты осуществляются «диффузорным» взаимовлиянием гражданских структур, творческих коллективов, органов управления, порождающим адекватные множеству социальных ситуаций информационно-коммуникативные отношения, или отношения общества и государства по поводу производства, распространения, потребления информации в основном с помощью прессы: «С течением времени всё больше и больше возрастает роль информационных процессов, т.е. качества, эффективности процессов сбора, передачи, переработки и использования информации»¹.

Итак, новая структура - «инфогенез» - в личности человека (индивидуальный уровень) сопрягается в повседневности с феноменом «информационный процесс» (социетальный и групповой уровни), который представляет собой диалектический конструкт социальной формы движения материи, возникающий на метафизическом перекрестье общественного бытия и общественного сознания. В терминологии заявленной науки информационный процесс – «это совокупность многообразия различных потоков воспроизводства, вос-

¹ Герасименко В.А. Основы информационной грамоты. М., 1996. С. 28.

приятия, осмысления, оценки информации и выработки на ее основе отношения, диспозиции и позиции аудитории к фактам, отраженным в данной информации, и формирования мотивов социального поведения»¹.

Информационный процесс со стороны специалиста в этой области требует при его изучении экспертно-аналитического подхода, который, по существу, укладывается в пять основных методолого-технологических операций – выявление причин, определение тенденций, фиксация состояний, оценка ситуаций, выработка управленческих мер. В принципе, управлять информационным процессом – значит, всесторонне повышать его эффективность, выстраивая адекватную социальным параметрам страны (региона) информационную политику, в первую очередь, в средствах массовой коммуникации. Эффективность информационного процесса (с точки зрения «переделки» сознания и поведения граждан по заданным императивам) можно держать в мониторинговом² поле наблюдения и поддерживать на должном уровне социально-информациологическими и социокоммуникативными методами коррекции его содержания и формы.

1. ПОНЯТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ФОНА (НАПРЯЖЁННОСТИ) СОЦИУМА

Информационный процесс имеет свои количественные и качественные параметры, которые поддаются измерениям как в единичном, так и в мониторинговом режимах. Основные механизмы информационного процесса наполняют различными сведениями, по возможности, ведущие ниши социума страны (региона) и создают когнитивный (некогнитивный) фон, или медийную напряженность, отражающую степень вовлеченности (предрасположенности) граждан в общественную жизнь с первоочередной помощью печатных массмедиа. Как известно, человек читающий (размышляющий) счи-

¹ Попов В.Д. Теоретико-методологические основы информационной политики / Информационная политика: Учебник. М., 2003. С. 44.

² Мониторинг – постоянное наблюдение за каким-либо процессом с целью выявления его соответствия желаемому результату или первоначальным предположениям.

тается более склонным к продуктивной рефлексии, культивирующей высокое сознание и разумное поведение, нежели человек смотрящий (переживающий), способный к импульсивным всплескам и нелогичным поступкам.

Это состояние информационного процесса в социальной информатиологии определяется понятием «информационный фон (напряженность) социума», мониторинговые замеры которого позволяют выявить тенденции прогресса (регресса) обслуживающей его прессы на основе определения ее проникающих свойств. Измерить их в условиях информационного рынка прежними показателями деятельности, к примеру, редакции газеты – розничным тиражом, количеством подписчиков, числом читательских писем – уже невозможно.

Нужны другие верификационные критерии – один из них в рамках замера «информационного фона (напряженности) социума» проявляется в исчислении «медиа-индекса» страны (региона). Он выражает количественное соотношение между потенциальной аудиторией (населением страны, региона) и общим (подписным плюс розничным) тиражом периодических изданий¹. Названный показатель вводится вместо прежнего, доперестроечного – число подписных изданий на каждую семью – и рассчитывается для региональной и федеральной печати делением общей численности населения страны (региона) на суммарный тираж периодических изданий. В случае с муниципальными (районными) газетами методика подсчета остается аналогичной, но в расчет принимается только сельское население (за вычетом из общей численности населения страны, региона жителей федеральных и региональных столиц).

$$\text{МедиаИндекс} = \frac{\text{Общая (выборочная) численность населения}}{\text{Суммарный (раздельный) тираж периодики}} = X$$

В рыночных условиях такая социально-информациологическая техно-

¹ *Социальная информатиология: Словарь /Отв. ред. Л.И. Мухамедова. М., 2006. С. 81.*

логия исследования дает возможность более точно определить степень «проникновения» прессы в ауру аудитории, или место и роль печати в духовной инфраструктуре, обеспечивающей сохранение и развитие основ жизнедеятельности социума. При этом абсолютное положительное значение медиа-индекса (аудитории/тиража) обратно пропорционально его числовому выражению – чем меньше последнее, тем больше проникающее свойство периодики: в этом случае увеличивается так называемая «плотность тиража» изданий и, соответственно, возрастает их способность концентрировать на определенных социальных группах свое массово-информационное воздействие.

Для иллюстрации – по показателю медиа-индекса в общем, или суммарном его значении, например, Кировская область, как показывает недавно проведенное М.В. Славиной социологическое исследование, выглядит следующим образом:

а) 1995 г. – 1623000 чел. : 354000 экз. = 4,6 (это значит, что в среднем, 1 человек читал газеты, 3,6 не читали);

б) 2003 г. – 1499000 чел. : 307000 экз. = 4,9 (в среднем, 1 человек читал газеты, 3,8 не читали);

в) 2007 г. – 1442000 чел. : 283000 экз. = 5,1 (в среднем, 1 человек читал газеты, 4,1 не читали)¹.

Если в основе медиа-индекса социума лежит арифметическое значение «плотности тиража», получаемое делением общей (или отдельной, в зависимости от цели и задач расчетной операции, – по группам, слоям или селам, городам) численности населения страны или региона на суммарный (раздельный – по федеральной, региональной, муниципальной прессе) тираж периодических изданий², то логично предположить три антонимических уровня информационной достаточности (недостаточности) административно-территориальной единицы. Информационная её достаточность бывает малой (1

¹ См.: Славина М.В. Общественное сознание как объект воздействия средств массовой информации: Автореф. канд. дисс. М., 2007.

² См.: Социальная информациология: Словарь. С. 81.

чел. / 1 экз), средней (1 чел. / 3 экз.) и большой (1 чел. / 7 экз). И, наоборот, информационная её недостаточность бывает малой (3 чел. / 1 экз.), средней (7 чел. / 1 экз.) и большой (10 чел. / 1 экз.).

На основе этих относительных величин Кировскую область можно отнести к регионам малой информационной недостаточности, которая постепенно отстывает к уровню средней недостаточности. В результате регион ухудшает собственный информационный фон (напряженность), что уменьшает потенциал общественно-государственного (между народом и властью) дискурса по социально значимым проблемам, в том числе – по общенациональным проектам развития Российского общества.

Таблица 1

Информационный фон региона (по значению медиаиндекса)

Типы периодических изданий	Мордовия			Татария			Чувашия		
	2000	2005	2010	2000	2005	2010	2000	2005	2010
Республиканские издания	13,5	16,7	18,2	6,8	2,4	2,2	11,9	9,7	9,1
Муниципальные издания	7,7	5,7	5,1	3,1	2,4	2,1	8,4	7,4	7,3
Федеральные издания	10,5	44,4	37,7	21,4	6,5	6,4	11,5	9,3	8,9

Все издания (суммарная периодика)	4,4	6,6	6,8	3,5	1,5	1,4	4,6	3,8	3,6
-----------------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Другое социологическое исследование, сделанное¹ по названной методике, позволяет выявить основные тенденции формирования информационного рынка в Поволжском регионе, на примере трех республик, за период 1995-2003-2007 гг. (см. Таблицу 1, где медиа-индекс также измеряется в чел / экз).

Судя по таблице, тенденции формирования информационного рынка в Поволжском регионе (по значению медиа-индекса) отличаются большим разнообразием противоречивых концептов, не сводимых к общему знаменателю:

1) в Татарии на протяжении 12 лет наблюдается позитивная тенденция в информационной сфере: быстро растут тиражи всех типов изданий, и, соответственно, по всем позициям улучшается медиа-индекс; в результате республика по федеральному (21,4 – 6,5 – 6,4), региональному (6,8 – 2,4 – 2,2), муниципальному (3,1 – 2,4 – 2,1) профилям фактически перешла из разряда административно-территориальной единицы большой и средней информационной недостаточности в категорию малой недостаточности; по общему же (суммарному) медиа-индексу (3,5 – 1,5 – 1,3) она вплотную приблизилась к рубежу малой информационной достаточности (1 чел. / 1 экз.);

2) в Чувашии за тот же период отмечается аналогичная тенденция, хотя и в меньших масштабах: растут тиражи всех типов изданий, и, соответственно, улучшается по всем позициям медиа-индекс; в результате республика по федеральному (11,5 – 9,3 – 8,9), региональному (11,9 – 9,7 – 9,1), муниципальному (8,4 – 7,4 – 7,3) профилям постепенно переходит из разряда административно-территориальной единицы большой информационной недостаточности в категорию средней недостаточности; по общему же (суммарному)

¹ Социологическое исследование за 1995 и 2003 гг. проводилось совместно с профессором П.Ф. Потаповым (Мордовский госуниверситет).

медиа-индексу (4,6 – 3,8 – 3,6) она вплотную приблизилась к рубежу малой информационной недостаточности (3 чел. / 1 экз.);

3) в Мордовии в течение 12 лет проявляется в основном противоположная тенденция (за исключением муниципального профиля: 7,7 – 5,7 – 5,1): особенно заметным является спад по региональному профилю (13,5 – 16,7 – 18,2), где происходит «зашкаливание» даже большого уровня информационной недостаточности; что касается незначительного улучшения в 2007 году общего (4,4 – 6,6 – 5,8) и федерального (10,5 – 44,4 – 37,7) медиа-индексов, то это объясняется скорее заметным сокращением численности населения региона, нежели позитивными подвижками в информационной сфере; если негативная тенденция – снижение медиа-индекса региона, или уменьшение уровня информационной его напряженности, – продолжится и в дальнейшем, то региональный социум по всем параметрам может в скором времени упасть до уровня большой информационной недостаточности и вплотную подойдет к той самой критической черте информационно-коммуникативного свойства, которую А.С. Панарин назвал «социальной аномией», когда гражданам не будет хватать информации не только преспективной (предписательной), но и деспрективной (описательной)¹.

Разность тенденций в Татарии, Чувашии, Мордовии, которая выражается в одних случаях в росте тиражей изданий и улучшении медиа-индекса, в других случаях – в падении тиражей и ухудшении медиа-индекса, свидетельствует (в том числе!) о большом качественном различии в работе формирующих региональную информационную политику государственных служб (профильных министерств, департаментов, управлений, законодательных структур), а также о разном их отношении к реальному обеспечению конституционного права граждан на информацию.

В соседней с названными республиками Кировской области, по наблюдениям М.В. Славиной, информационный фон (напряженность) ухудшается в

¹ См.: *Панарин А.С.* Реванш истории: российская стратегическая инициатива в XXI веке. М., 2005. С. 22.

основном за счет уменьшения проникающих способностей федеральной (медиа-индекс по годам: 11,5 – 15,6 – 18,7) и региональной прессы (медиа-индекс по годам: 16,5 – 18,2 – 18,4). В то же время аналогичный показатель муниципальной прессы, наоборот, улучшается (соответственно, 4,2 – 3,3 – 3,1). [Как верно заметил А.И. Солженицын, «повседневная реальная жизнь людей зависит – на четыре пятых или больше – не от общегосударственных событий, а от событий местных»¹]. Выходит, федеральный и региональный модули информационной политики в области уступают по степени эффективности удовлетворения духовных потребностей населения муниципальному модулю, что обуславливает необходимость внесения в механизмы их взаимодействия значительных поправок.

Итак, развитие современной цивилизации по информационному вектору требует постепенного (из года в год) повышения медиа-индекса страны (региона), или информационного фона (напряженности) социума: это усиливает проникающие способности периодических изданий, а значит вовлекает все большие слои населения в рецептивное поле публичных имиджей политики, экономики, культуры, правопорядка и др. Однако следует оговориться: само по себе наращивание газетно-журнальных тиражей может принести социуму не только пользу, но и вред, если в его основе будет лежать экспансия периодических изданий, типа газеты «Жизнь» или «Жёлтой газеты», т.е. той прессы, которая стремится вести человека путем обратной эволюции – к лазающим по деревьям меньшим братьям с ярко выраженной в их поведении доминантой «биогенеза».

Чтобы не случилось такого худа без добра, властные структуры в пределах четко выверенной информационной политики должны сделать основным источником повышения медиа-индекса страны (региона) рост количества (объема) социально значимой информации, гарантированно выпускаемой качественными периодическими изданиями, которые в своих повседневных публикациях:

¹ См.: *Афоризмы* лауреатов Нобелевской премии по литературе. Мн., 2000. С. 317.

а) во-первых, регулярным набором «чернушных» сюжетов и подробным описанием совершаемых преступлений не опускают массовое сознание до желтопрессового уровня, буквально уродуя его деструктивной (вредной) информацией, индуцированной импульсами страха и порно, например: «22-летний Валентин Кудасов из Мордовии прославился на всю Москву. Столичная пресса окрестила его «грабителем, который нападал только на женщин и уродовал их лицо». Преступника задержали вечером 16 марта, когда он ограбил журналиста «Новой газеты» Ларису Малюкову. Услышав крики женщины, ей на помощь поспешил майор милиции. Страж порядка увидел, как молодой человек, держащий в руках дамскую сумочку, выбежал из подъезда. Во время завязавшейся потасовки агрессивный парень сломал милиционеру руку в двух местах. Но майору удалось скрутить злоумышленника. Установлено, что Валентин Кудасов приехал в Москву в прошлом году, скитался по вокзалам и перебивался случайными заработками. Основным источником дохода были разбойные нападения. Парень подкарауливал женщин в подъездах, валил на пол и избивал ногами. Своих жертв бил исключительно по лицу. Как предполагают оперативники, на счету мордовского налетчика несколько десятков подобных преступлений»¹;

б) во-вторых, подачей конструктивной (полезной) информации, содержащей необходимые сведения для решения проблем самосохранения и развития людского сообщества, поднимают массовое сознание до специализированного уровня, позволяющего гражданам глубже разбираться в касающихся их труда и быта конкретных вопросах, например: «В каждом городе и районе приняты нормативно-правовые акты, регулирующие подготовку, рассмотрение, утверждение и исполнение местных бюджетов. Но прокурорский надзор показывает, что некоторые из них противоречат положениям федерального бюджетного законодательства. По протесту прокурора Вурнарского района отменено распоряжение главы Мамалаевской сельской администра-

¹ *Мордовский* разбойник изуродовал московского журналиста //Столица С [Саранск]. 2006. 21 марта.

ции, узаконившее освобождение граждан от уплаты земельного налога и налога на имущество физических лиц, если нет сведений, где они проживают и работают. А глава администрации Цивильска установил плату за выдачу людям справок, этот документ тоже признан незаконным»¹;

в) в-третьих, частой публикацией неординарных сведений, поднимающих потребителя этой информации над повседневной производственно-бытовой текучкой в заботах о хлебе насущном и крове надежном, возвышают массовое сознание до научного уровня, позволяющего хотя бы мысленно приобщаться к государственно-общественным делам высшего порядка, например: «Космические средства наблюдения самого высокого разрешения появятся в ближайшее время у России, заявил глава Роскосмоса Анатолий Перминов. Он уточнил, что в России разрабатывается аппаратура спутников наблюдения с разрешением 0,25 метра. По словам главы Роскосмоса, сегодня российские космические аппараты дистанционного зондирования Земли имеют разрешение около 1,5 метра. «С таким разрешением мы можем различить, например, машину, определить, куда она движется, может быть, какой она марки», - приводит Интерфакс слова А. Перминова»².

Если социум, таким образом, сможет в константном режиме улучшать свой информационный фон (напряженность) одновременно в качественном (за счет роста объемов конструктивной информации) и количественном (за счет увеличения медиа-индекса страны, региона) параметрах, тогда можно будет прогнозировать скорый и успешный выход российского общества периода глубокой трансформации из информационного кризиса.

2. АЛГОРИТМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО РАВЕНСТВА (НЕРАВЕНСТВА) В СОЦИУМЕ

¹ Семёнова Л. Казенные деньги вслух считают, но местные власти о том забывают //Советская Чувашия. 2005. 7 апреля.

² Российские спутники смогут из космоса различать номера машин //Челны [Набережные Челны]. 2007. 21 ноября.

Вопреки известным трактовкам, право граждан на информацию, зафиксированное в Конституции и профильном законодательстве, на истинно демократической основе предполагает с их стороны не только её получение (акторство пассивное), но и её производство (акторство активное). Первое – потребление информации – необходимо для ориентации индивида или группы в социальной действительности, второе – производство информации – нужно для идентификации (самоидентификации) индивида или группы в общественной среде через публичное заявление (и даже защиту) собственных политических, экономических, культурных и прочих интересов. И в этом случае их субстратом выступает интерес информационный как автономный среди своих аналогов вид, исходящий от посылов действующего «инфогенеза» личности.

В правовом – конституционно-законодательном – континууме на основе априорно допускаемой дихотомии «гарантированности – декларированности», как правило, возникают неизбежные коллизии «идеальности – реальности». Они наглядно демонстрируют причинно-следственные факторы возникновения и установления равенства (неравенства) в информационной сфере жизнедеятельности общества. И социокоммуникативный подход к анализу реальной обеспеченности – пассивной и активной – конституционного права граждан на информацию включает в себя исчисление представительской матрицы информационных интересов различных социальных групп в действующих в периметре страны или региона средствах массовой коммуникации (в единичном или мониторинговом режимах).

В исходных посылках методология и технология исследования информационного процесса проистекает из объективно действующего в условиях постиндустриального общества закона информационно-стратификационного баланса¹. Он выражает установление зависимости подвижного равновесного

¹ См.: *Киричёк П.Н.* Современная информационная политика: императивно-модусная трансформация // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 88.

состояния (гомеостаза¹) федерального, регионального, муниципального общества от пропорциональной (согласно структурированному составу населения) представленности интересов всех социальных групп в средствах массовой коммуникации, особенно – в прессе (в качестве «героев» публикаций и субъектов выраженного общественного мнения – по методике Б.А. Грушина²).

Этот закон, на первый взгляд, не принадлежит к числу основных законов диалектики – единства и борьбы противоположностей, перехода количества в качество, отрицания отрицания. Но по мере эволюции общества из индустриального в постиндустриальное он начинает претендовать на заглавную роль, поскольку действие традиционных законов всё больше предпочитает зависеть от информационных изменений состояния социума³. И несоблюдение этого закона в чистом виде индуцирует возникновение в социуме другого аномального феномена – информационного неравенства, которое определяется как разновидность общего (социального) неравенства, выражающая разноформатный доступ граждан к государственным, общественным, специальным источникам информации и средствам массовой коммуникации, обусловленный различными причинами социального характера⁴ (в том числе - смычкой интересов «власть-аппаратчиков» и «пресс-аппаратчиков»).

В самом простом варианте замер информационного равенства (неравенства) в социуме предполагает определение специального индекса, обозначаемого (по начальным буквам) индекс *ИРН*, по формуле:

$$\text{Индекс } ИРН = \frac{\text{Уд. вес публикаций о социальной группе (в \%)}{\text{Уд. вес социальной группы в составе населения (в \%)}} = X$$

¹ См.: Шевченко А.В. Информационная устойчивость политической системы. М., 2004.

² Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования /Под общ. ред. Б.А. Грушина. – М., 1980.

³ См.: Поелуева Л.А. Средства массовой информации в культурной парадигме переходного периода. Саранск, 2005.

⁴ Словарь социальной информатиологии //Информ-Дискурс: Власть и общество. 2007. № 1. С. 79.

В отдельных случаях, как в приведенном ниже примере, в знаменатель подставляются данные не по всему, а по самому активному (занятому трудом) населению страны или региона. За единицу счета в ходе экспресс-анализа газет берется респондент, выступивший с публикацией под своей подписью, или давший интервью, или высказавший суждение в ходе массового опроса, или сделавший сообщение в обзоре мнений (всё это – активное акторство), или просто упомянутый в публикации в связи со ссылкой на его мнение, или представленный в обобщенном определении, типа «молодежь» (всё это – пассивное акторство). По выбранной методике, с одной стороны, отдельные группы населения выступали в качестве субъектов выраженного общественного мнения (прямо отраженное респондентское суждение), с другой – представители различных слоев населения являлись «героями» публикаций (косвенно отраженное респондентское суждение).

Итоговый в ходе исследовательской операции результат в «плюсовом» и «минусовом» индексах – о степени представленности информационных интересов всех граждан, независимо от их имущественного положения – показывает типичное для настоящего времени распределение объемов газетного внимания¹ между различными слоями населения (на примере Мордовии), или, по-другому, выражает информационно-представительскую карту регионального социума (см. Таблицу 2).

Таблица 2

Информационно-представительская карта регионального социума

¹ Методом экспресс-анализа изучались 6 газет - «Известия Мордовии», «Единая Россия», «Вечерний Саранск», «Республика молодая», «Сударыня», «Время» (январь-март 2005 г., всего около 900 публикаций).

К сожалению, картина, по итогам исследования, сложилась весьма далекая от номиналистских предписаний Доктрины информационной безопасности Российской Федерации. По четырем из пяти выборочно взятых социальных групп (всего изучались 12 общностей) наблюдается серьезнейший «недобор» информационной обеспеченности: 1) работники сельского хозяйства – индекс минус 10,7; 2) работники промышленности, строительства, транспорта – индекс минус 17,7; 3) безработные – индекс минус 36,0; 4) работники малого предпринимательства и бизнеса – индекс минус 14,5. И только у одной социальной группы, «купающейся» в избытке хроникальной, аналитической, пиаровской информации в ее адрес, нет в этой области проблем:

№ п/п	Социальные группы	Удельный вес в составе занятого трудом населения (в %)	Объем газетного внимания в адресных публикациях (в %)	Индекс равенства (неравенства) (в единицах, + : -)
1	Работники промышленности, строительства, транспорта	30,1 %	1,7 %	- 17,7
2	Работники сельского хозяйства	16,1 %	1,5 %	- 10,7
3	Предприниматели, бизнесмены	5,8 %	0,4 %	- 14,5
4	Безработные трудоспособного возраста	3,6 %	0,1 %	- 36,0
5	Государственные служащие	2,7 %	27,8 %	+ 10,3 %

5) аппарат управления, или государственные служащие – у них индекс + 10,3.

Увы, такая в ходе экспресс-анализа региональной прессы обнаружилась социально-информационная привилегия, усугубляющая все другие материальные и духовные её аналоги – более четверти газетных публикаций пришлось на государственных служащих: либо они писали, либо о них писали, либо они давали интервью, при этом «герои» явно завышали оценку результатов проводимых реформ и степень их поддержки народом, в том числе по итогам декабрьских выборов 2007 года, примеряя их к своему довольно

высокому уровню финансовых доходов и степени социальной защищенности: «Региональный законодательный орган был избран по мажоритарной системе при явке 94,1 процента. По партийным спискам в парламент вошли 22 депутата от регионального отделения «Единой России» и 2 депутата – от КПРФ. В одномандатных округах победу одержали 20 выдвиженцев «Единой России», два представителя Аграрной партии и два кандидата-самовыдвиженца». . . Итоги голосования говорят о том, что люди хотят жить лучше и потому доверяют тем, кто реально способен улучшить их жизнь. Народ ждет от нас взвешенных, продуманных, но в то же время кардинальных решений, способных коренным образом ускорить позитивные процессы»¹.

Правда, в редких случаях подобная идиллическая картина единения «планов власти и планов народа» в регионах перебивается нерадушными тонами, когда, например, местечковых проводников социально-экономических реформ в федеральной прессе публично пригвождают к правовой или нравственной Голгофе: «Прокуратура Приморского края возбудила уголовное дело по факту подкупа избирателей на прошедших в Дальнегорске повторных выборах мэра города. Как сообщили РИА «Новости» в краевой прокуратуре, в ходе проверки установлен факт подкупа избирателей в пользу кандидата на должность главы Дальнегорского городского округа Александра Теребилова. В настоящее время в Дальнегорске проводится 11 проверок по фактам нарушения избирательного законодательства и общественного порядка в период проведения выборов. . . Повторные выборы главы Дальнегорска были назначены после того, как год назад, за два дня до начала второго тура выборов, был застрелен один из двух претендентов на пост мэра – член партии «Единая Россия» Дмитрий Фотьянов. Уголовное дело по факту убийства Фотья-

¹ Госсобрание Мордовии приступило к работе // Парламентская газета. 2007. 25 декабря.

нова рассматривает Приморский краевой суд. По делу в качестве обвиняемых проходит пять человек»¹.

Информационно-представительская карта регионального социума, статистически оформленная в Таблице 2, свидетельствует о том, что в информационной политике государственных и общественных структур Мордовии абсолютно не учитывается конституционная норма равенства всех граждан в части удовлетворения их информационных потребностей (интересов). И при этом в печати педалируется «элитарное» мнение вместо общественного мнения, в результате чего в социуме провоцируется эффект «спирали молчания» (по Э. Ноэль-Нойман), фактически выключаящий из активной социально-политической жизни большие массы людей.

Увы, такой подход не есть исключение из правила. Об этом говорит, по данным социологического исследования М.В. Славиной², объем газетного внимания в адресных публикациях 2006 г. и к различным социальным группам Кировской области: 6,7 % - к школьникам, студентам (удельный вес их в составе населения - 15 %); 9 % - к пенсионерам (31 %); 11,7 % - к работникам промышленности, строительства, транспорта, связи, энергетики (21 %); 8,7 % - к работникам сельского хозяйства (7,5 %); 13,4 % - к бизнесменам, предпринимателям (12 %); 0,2 % - к безработным (1,8 %); 34,5 % - к государственным служащим (удельный вес в составе населения - 4,3 %).

В общем, большинству граждан в основном отводилась роль потребителей информации об успешных «государевых» людях: как те работают в поте лица на благо народа, как изысканно отдыхают на природе, какое замечательное хобби имеют на досуге и пр.: «Абсолютная независимость от читателя в конечном счёте привела прессу к тому, что повсеместно, даже в районах, властью она интересуется больше, чем обществом. И это одна из самых больших бед. Посмотрите, с какой энергией пресса занимается отслеживани-

¹ Ильин В. Дальнегорскими выборами заинтересовалась прокуратура //Московские новости. 2007. 19-25 октября.

² См.: Славина М.В. Общественное сознание как объект воздействия средств массовой информации: Автореф. канд. дисс. М., 2007.

ем различных проявлений власти, считая это главным в существовании общества. Это иная реализация того же внутреннего нашего большевизма: государство важнее граждан, власть важнее читателя»¹.

Судя по этим цифрам, властные структуры совсем не беспокоят возникающие в медиапространстве серьезные информационно-политические перекосы – больше того, власти сами создают такую атмосферу в регионе, чтобы «молчащие в прессе» граждане (например, из числа технической и гуманитарной интеллигенции), в силу социального инстинкта самосохранения, не вставали в оппозицию путем публичного слова: «От «Вятской хроники» начинают отворачиваться представители вятской интеллигенции. Становится страшно. Не за себя, а за область, за ее людей, за саму интеллигенцию... Каким же должен быть этот бездушный и жестокий насос власти, если только за то, что человек вызвался сотрудничать с нами, у него могут возникнуть серьезные проблемы?! Отмечая то, что, в силу свойственной интеллигенту осторожности, и отчасти тактичности, он не будет кидаться на амбразуры действительности. И он уходит в работу, в алкоголь, в корпоративно-творческие интриги, в религиозно-мистические изыскания, в абсурдистско-модернистское сочинительство. Иными словами – он спит. А известно, что сон разума рождает чудовищ»².

Информационный диссонанс, индуцируемый властью и прессой, между различными социальными группами автоматически провоцирует разность в оценках даже тех явлений, которые, казалось бы, должны объединять всё общество, независимо от идеологических программ, - речь идёт, в частности, о сущности и последствиях национальных проектов, о чём в публичной сфере можно встретить прямо противоположные по замыслам и их аргументации аналитические материалы, например:

¹ *Симонов А.К.* Мы проскочили момент личной ответственности //Пресса и общество (1959-2000). Оценки журналистов и социологов. Документы. М., 2000. С. 431.

² *Осьминин А.* Изгонит ли чудовищ пробуждающийся разум? //Вятская хроника [Киров]. 2007. 10 августа.

а) в официальной печати доминирует, как правило, апологетика по отношению к тому, что делается: «Вчера на селекторном совещании регионы – победители конкурса в рамках нацпроекта «Образование» отчитывались перед министром образования и науки РФ Андреем Фурсенко о том, как идёт реализация полученных грантов. Напомним, конкурс инновационных программ развития образования в регионах проводился в январе-марте этого года. Президентские гранты, общая сумма которых на 2007 год составила чуть более 4 миллиардов рублей, выиграл 21 регион. На сегодняшний день двенадцать регионов уже активно приступили к освоению средств. Самарская область и Якутия – рекордсмены по реализации полученных федеральных субсидий: там потрачено соответственно 94 и 100 процентов средств»¹;

б) в оппозиционной печати доминирует, как правило, антагонистика по отношению к тому, что делается: «Единой Россией» рьяно проводится реформа образования, которая ставит своей целью перевести образование на коммерческие рельсы. Реформа высшего образования в рамках Болонского процесса, которую проводят власти, ведет к тому, что полноценное высшее образование смогут получить только те, кто за него платит, - на простых смертных оно распространяться не будет. Интересно, станет ли школа доступней, если за ее посещение детьми придется, помимо дорогостоящих сборов в школу, платить еще и за обучение?»².

Как ни странно, но интенсивное (количественное, а не качественное) освещение в федеральной, региональной, муниципальной прессе проблем реализации четырех национальных проектов в России привело к противоположным результатам, что было неизбежным при отсутствии чётко разработанного информационного сопровождения реформ. По данным ВЦИОМ, более половины опрошенных о нацпроектах «лишь кое-что слышали»³. Из тех, кто осведомлен, 57% считают, что нацпроекты не окажут существенного

¹ Агранович М. Минус грант // Российская газета. 2007. 2 августа.

² Сливко С. Мрачный счет реальных дел // Советская Россия. 2007. 9 октября.

³ См.: Национальные проекты: год спустя // ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 525 (5 сентября). М., 2006.

влияния на их жизнь, 43% уверены, что деньги будут использованы неэффективно, а 31% – что просто будут разворованы¹.

Категоричность последнего тезиса в цифровом его обрамлении можно списать на счёт излишних эмоций большого числа граждан, барражирующих на среднестатистическом уровне (чуть выше – чуть ниже) материальной и духовной бедности. Тем не менее, несоблюдение в обществе Закона информационно-стратификационного баланса (завышение информационной нормы меньшинства – элиты и, наоборот, занижение информационной нормы большинства – массы) приводит, как правило, к росту на этой почве социально-политической напряженности и нестабильности в стране или регионе. «Бунты, - говорил Мартин Лютер Кинг, - язык тех, кого не выслушали».

Регулярная «недодача» народу возможностей информационного общения в массовой коммуникации обычно компенсируется «перебором» митинговых (площадно-агрессивных) его вариантов: «Администрация Твери не разрешила оппозиции пикетировать областной драмтеатр, где 15 ноября пройдёт учредительный съезд всероссийского движения «За Путина!». Заявку на проведение акции протеста подали лидер недавно утверждённого тверского отделения партии «Народ за демократию и справедливость», а также представители тверского «Яблока» и «Мемориала». Все три заявки в соответствии с требованием закона были представлены в горадминистрацию за три дня до мероприятия – около 17 часов 12 ноября. Однако 13 ноября податели заявок получили отказ. В документе, подписанном заместителем и.о. главы администрации Твери, отказ объяснялся тем, что оппозиционеры нарушили «порядок уведомления». В частности, в горадминистрации им пояснили, что подобного рода документы принимаются строго до 16 часов, а после этого времени компьютеры в канцелярии выключаются»².

Как уже говорилось, при установленной явочным порядком завышенной информационно-коммуникативной (потребительской и акторской) норме

¹См.: *Белковский С., Карев Р.* Логика нацпроектирования //Коммерсантъ. 2006. 5 сентября.

² *Богданов В.* Оппозиции запретили мешать «запутинцам» //Коммерсантъ. 2007. 15 ноября.

у одних социальных групп и, наоборот, заниженной – у других, возможности для самосохранения и развития у общества, искусственно разделяемого не только по имущественному, но и по медийному цензу, заметно снижаются. Если одна группа по отношению к социально значимой информации наделяется большим преимуществом, утверждаясь в потребительской привилегии, то она же и в качестве её прямого или косвенного производителя неизбежно становится монополистом в публичном оформлении «доминирующего» по общественно важным вопросам мнения.

С другой социальной группой всё обстоит наоборот – она обделяется информационным представительством в публичной сфере и, значит, фактически лишается возможности самоидентификации в своих глазах и идентификации в чужих, а также заявления о собственных интересах и намерениях. При таком раскладе резко уменьшается (и даже сходит «на нет») потенциал социального партнёрства между коммуникативно-неравными общностями как единственно справедливого модуса материально-производственного и духовно-нравственного взаимодействия людей.

3. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ МЕДИАСФЕРОЙ

Информационный процесс, любой по степени сложности или простоты, и даже самый стихийный в силу своего происхождения и развития, содержит в себе моменты флуктуации, представляющие фактическую возможность его внешней управляемости. Эта управленческая возможность реализуется с помощью специально разрабатываемой и эффективно применяемой информационной политики как «системы целей, направлений, мер, реализующих интересы общества и государства в информационной сфере»¹.

Здесь понятия «цели» и «интересы» относятся к идеологии информационной политики, а понятия «направления» и «меры» - к её технологии.

¹ Киселёв А.Г., Коновченко С.В. Информационная политика в России. М., 2004. С. 384.

Разделение, конечно, условное, так как эффективность или успешность информационной политики зависит (наряду с другими факторными характеристиками) от идеологической и технологической «стыковки» различных её модусов. Идеолого-технологические концепты информационной политики проявляются, как правило, на всех перекрестьях массмедийной вертикали и горизонтали – в периметре федеральной, региональной, муниципальной прессы, имеющей разноуровневые основания с прилагаемыми к ним источниками существования и модулями социально-профессионального поведения.

Итак, современная информационная политика в стране или регионе априорно предполагает диалектически суммированное идеолого-технологическое многообразие. Оно обусловливается разновекторной деятельностью множества ее коллективных и индивидуальных субъектов (учредителей и стоящих за ними владельцев, пользователей, распорядителей средств массовой информации). Эти же субъекты, по социально-информациологической схеме, классифицируются следующим образом: а) органы власти – законодательные, исполнительные, судебные; б) общественные структуры – партии, движения, объединения; в) корпоративные организации – медиахолдинги, журналистские коллективы; г) частные акторы – отдельные лица, бизнес-структуры¹.

Все эти субъекты, или акторы-аттракторы возникающих в социально-политическом пространстве информационных полей, имеют на вооружении целые системы как традиционных, так и инновационных методов и способов взаимодействия в рамках федеральной, региональной, муниципальной коммуникативной политики. Она же запускается в действие, естественно, при наличии в сознании и поведении информационно-политических идеологов и технологов гражданской воли и стремления к социальному партнерству не только со своими союзниками, но даже и с оппонентами.

¹ См.: *Киричёк П.Н.* Средства массовой информации в системе «общество – государство». М., 2007. С. 6.

Информационный процесс, сублимированный с помощью научно выстроенной информационной политики, сводится, в первом приближении, к коммуникативной триаде отношений «государство (власть) – массмедиа (пресса) – общество (народ)», заявляющих о своих интересах в публичной сфере с целью их последующей реализации. Качественная сущность этих отношений (с позиции социально-информациологического подхода) определяется многовариантным сочетанием различных профилей информационной политики, константных для социума страны или региона.

Как известно, в прежней дореформенной массово-информационной деятельности доминировал убеждающий или внушающий расчет на так называемого «среднего» читателя, слушателя, зрителя, взятого во множественном числе. Среднего - по интеллекту, по образованию, по запросам, по вкусам, по достатку, которые определялись операциональным моделированием в соответствии со статистическими коэффициентами социально-демографических характеристик. В этом случае массовое сознание представлялось неким аморфно-восприимчивым конгломератом, обладающим вполне безопасным для коммуникатора, или «пиар-специалиста», запасом рецептивной инерции. И такой подход к информационно-коммуникативной деятельности с воздействием на массовое сознание был вполне приемлемым в условиях моногенного (однородного) общества до перестройки.

Совсем иная информационно-коммуникативная ситуация сложилась в стране в настоящее время, когда общество перешло в гетерогенное (разнородное) состояние. При этом массовое сознание стало расщепленным (дискретным), сообразно социально-групповым особенностям – по тем же интеллекту, образованию, запросам, вкусам, достатку, усугубляемым фактором социального неравенства, который всегда сопровождался другим фактором – социальной зависти. Форсированная структуризация массового сознания (чуть ли не до атомизированного уровня) потребовала иной технологии «вычисления» и моделирования информационной политики, исключавшей прежний «валовой подход» в среднестатистических параметрах.

В настоящий момент информационное пространство страны или региона заполняется, в основном, четырьмя модусами информационной политики, которые берут свои истоки, характер, особенности, цели, формы, средства от учредительского профиля и, соответственно, называются – государственным, общественным, корпоративным (или медийным), частным. Из диалектической суммы (ГИП + ОИП + КИП + ЧИП) в социуме образуется коммуникативная равнодействующая в системе отношений «государство (власть) – массмедиа (пресса) – общество (народ)».

Эту равнодействующую можно назвать вводимым в научный оборот термином «информационно-политическая диспозиция». В широком смысле – это социокультурная конфигурация, выстраиваемая субъектами массово-информационного общения на основе коммуникативных потребностей; в узком смысле – это публично выражаемое отношение различных массмедиа к органам власти и общественным структурам, к проводимой ими политике в различных сферах жизнедеятельности общества.

И в первом (широком), и во втором (узком) смыслах различают три вида информационно-политической диспозиции: а) благоприятную, неблагоприятную, нейтральную (для развития социума на демократических началах); б) апологетическую, антагонистическую, нейтральную (по отношению к государственным и общественным управленческим структурам). При этом возможны самые различные комбинации названных характеристик, хотя в их основе, как правило, лежит количественное (тиражное!) присутствие изданий разного учредительского типа, легко вычисляемое мониторинговыми средствами.

При таком подсчете за 100 % берется суммарный тираж всех периодических изданий в социуме (например, на 1 января 2005 г. в Мордовии – 135 тыс. экз. (104 издания), в Татарии – 2560 тыс. экз. (420 изданий), в Чувашии – 345 тыс. экз. (191 издание). Затем в каждом пределе вычисляется в % удельный вес отдельно суммированных тиражей газет каждого из четырех выше-названных типов учредительства, и на основании полученных результатов

рисуетя (для наглядности) круговая схема с обозначенными на ней учредительскими долями. В цифровом же выражении по итогам проведенного исследования получилась (округленно) такая модусная картина информационной политики в трёх аналогичных регионах (см. Таблицу 3):

Таблица 3

Регионы	ГИП	ОИП	КИП	ЧИП
Мордовия	63 %	9 %	4 %	24 %
Татария	35 %	17 %	9 %	39 %
Чувашия	43 %	14 %	7 %	36 %

Ключевыми для аксиологического анализа информационных процессов, протекающих в стране или регионе, являются два коммуникативных контрапункта:

1) меньшее представительство государственного учредительства в прессе социума и, соответственно, большее у остальных типов учредительства – такая пропорция неизбежно формирует информационно-политическую диспозицию, благоприятную, во-первых, для развития общества на демократических началах и, во-вторых, для усиления социального контроля с помощью массмедиа за действиями властных структур;

2) большее представительство государственного учредительства в прессе социума и, соответственно, меньшее у остальных типов учредительства – такая пропорция неизбежно формирует информационно-политическую диспозицию с обратным знаком – благоприятную, во-первых, для сужения поля демократии и плюрализма интересов в обществе и, во-вторых, для ослабления социального контроля с помощью массмедиа за действиями властных структур.

Первый – прогрессивный – контрапункт характеризует общую тенденцию развития информационных процессов в последние годы в Татарии [35%

: 65%] и – меньше – в Чувашии [43% : 57%], где большинство социальных групп (а не только элита!) за счёт немонополизированной властью медиа-среды, сформированной разноучредительной прессой, имеет реализуемое право на пассивное и активное информационно-коммуникативное акторство для публичного выражения и отстаивания своих интересов. А потому модель общей информационной политики в этих регионах постепенно приближается к искомой демократической – гармонизированной, открыто-коммуникативной.

Второй – регрессивный – контрапункт характеризует общую тенденцию развития информационных процессов в последние годы в Мордовии [63% : 37%], где большинство социальных групп (за исключением элиты!) в условиях почти монополизированной властью медиа-среды, сформированной в основном одноучредительной прессой, не имеет реализуемого права на пассивное и – тем более – активное информационно-коммуникативное акторство для публичного выражения и отстаивания своих интересов. Немногим лучше состояние медиа-сферы в Кировской области [62% : 38%]. А потому модель общей информационной политики в этих регионах постепенно приближается к искомой автократической – дисгармонизированной, закрыто-коммуникативной.

Выходит, в идеологические и технологические основы информационной политики коммуникативно-депрессивных регионов нужно вносить серьезные поправки, чтобы в массмедийном пространстве, содержащемся на средствах всех налогоплательщиков, не доминировали бы публично тиражируемые сведения – формально имеющие социальную значимость, а фактически относящиеся к узковедомственной аппаратной сфере из разряда банальных очевидностей, входящих в служебные обязанности «государевых» людей: «Распоряжением губернатора области Н.И. Шаклеина внесено изменение в ранее принятое распоряжение «О мерах по осуществлению контроля за целевым и эффективным использованием бюджетных средств». Сейчас ответственность за количество, объем и качество товаров, работ и услуг, при-

нятых рабочими группами и комиссиями в связи с реализацией мероприятий областных (ведомственных) целевых программ, становится персональной. Она возложена на председателей и членов рабочих групп (комиссий)»¹.

Значит, главным принципом управления информационными процессами в стране или регионе является обеспечение в их медиа-пространстве равноправного (теоретически и практически) сосуществования основных модулей информационной политики – общественного, государственного, корпоративного, частного, реализуемых в деятельности периодических изданий различных типов учредительства, за которыми стоят, соответственно, партии, движения, объединения, органы власти, медиахолдинги, журналистские коллективы, частные лица, бизнес-структуры. Только в таком (примерно равном) сочетании информационно-коммуникативных векторов, отражающих жизненно важные стремления всех без исключения социальных сил, возможно достижение социально-партнерского баланса интересов индивидов, групп, слоев, классов, государства и общества в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, управление информационными процессами, подробно раскрытое в предыдущем изложении, является объектом информационного менеджмента как специальной отрасли научного знания и имеет двойственный характер: в широком плане – это управление экономическими, социальными, политическими и другими процессами с помощью информации и в узком плане – это управление собственно информационными процессами с помощью той же информации².

Объединяющим универсальным механизмом здесь выступает информационная политика, которая в роли объекта, наряду с информационно-коммуникативными отношениями, входит в состав новой гуманитарной науки –

¹ *Ответственность* – персональная //Вятский край [Киров]. 2007. 17 августа.

² См.: *Воробьев В.В.* Менеджмент в социальной информатологии. М., 2005. С. 21.

социальной информатиологии. В её трактовке информационный процесс представляется в трех ипостасях: 1) в качестве объекта аналитической работы; 2) в качестве формы воздействия на массовое сознание; 3) в качестве средства государственного управления¹.

Хорошо, что последнее начинает пониматься всё большим числом государственных и муниципальных служащих – неслучайно стали выходить в свет специальные труды по этому профилю деятельности, авторами которых являются опытные практики, вносящие свой вклад в теорию информации, например: «Информационный процесс – это совокупность носителей информации, самой этой информации и аудитории, получающей эту информацию посредством активного изучения носителей. Наглядно это выражается:

Информационный процесс	=	Носитель информации	+	Сама информация	+	Аудитория
------------------------	---	---------------------	---	-----------------	---	-----------

Конечно, это определение² подкупает своей лапидарностью и простотой, предложенная им структура вполне отвечает основным требованиям коммуникативистики (в том числе, на вопросы: «кто?» - «что?» - «кому?»). Но – только не социальной информатиологии, которая не удовлетворяется метафизической субъект-объектной и предметной схемой коммуникации, а дополняет её всей диалектически-содержательной совокупностью причинно-следственных концептов информационного процесса («почему?» - «каким образом?» - «для чего?»). По этой причине, с целью избежать возможных упрощений, лучше пользоваться определением информационного процесса (автор - В.Д. Попов), приведённым в начале лекции.

Во-первых, в основе социально-информатологического определения лежит не статика, а динамика процесса производства, распространения и потребления социально значимых фактов и сведений. Во-вторых, в этой трак-

¹ См.: Попов В.Д. Информатиология и информационная политика. М., 2001. С. 29-31.

² Сухотерин Л.Я., Юдинцев И.В. Информационная работа в государственном аппарате. М., 2007. С. 30.

товке в «тело» информационного процесса (носитель информации + сама информация + аудитория) закладывается его «душа» - трансформации сознания и поведения субъектов коммуникации в результате обмена социально значимыми фактами и сведениями. И, в-третьих, в этом случае всё поле протекания информационного процесса как бы накрывается аксиологическим знаменателем «идеологии + технологии», который соответствует (не соответствует) общественно-государственным и индивидуально-групповым интересам в данной сфере жизнедеятельности социума.

Отсюда появляются большие возможности для использования информационного процесса как средства государственного управления. Например, в результате глубокой экспертизы специалист госслужбы обнаруживает возникшие в регионе между видами прессы и модусами информационной политики рискованные диспропорции, отчего возникает опасность либо чрезмерной централизации сознания и поведения граждан (маятник управляемости зашкаливает вправо), либо его дезинтеграции (маятник управляемости зашкаливает влево). И тогда он предлагает или осуществляет реальные информационно-политические корректировки для устранения этой диспропорции, так как и то, и другое состояние сознания и поведения граждан далеко отстоит от норм и правил, предписываемых демократическим обществом и правовым государством.

Как бы то ни было, экспертиза информационных процессов в разовом и мониторинговом режимах становится прямым делом государственного служащего, который занимается разработкой адекватных социально-политической ситуации модусов информационной политики. И если он не будет профессионально владеть технологией и методологией этой экспертизы, то каждый раз будет серьезно ошибаться в выявлении исходных начал, определении целей и задач, выборе средств и способов их достижения при конструировании целостной модели информационной политики для социума страны или региона.

Контрольные вопросы

1. В чем состоят информационно-коммуникативные особенности многопрофильной эволюции личности, группы, слоя, класса, общества, государства?

2. Какие количественные и качественные параметры свойственны информационному процессу, которые измеряются как в единичном, так и в мониторинговом режимах?

3. Что означает понятие «информационный фон (напряженность) социума» в социально-политических характеристиках страны, региона, муниципального образования?

4. По какой формуле вычисляется медиа-индекс страны или региона и что выражает его абсолютное значение (по мере увеличения или уменьшения)?

5. Что по количественным и качественным критериям представляет информационно-представительская карта федерального или регионального социума и какое отношение она имеет к определению концептов информационного равенства (неравенства)?

6. Каким образом в теории и на практике используется различные модулы федеральной, региональной, муниципальной информационная политика в качестве постоянно действующего механизма общественного и государственного управления?

7. Какие возможности для совершенствования государственной службы предоставляет информационная работа в аппарате власти, в частности научно обоснованная экспертиза информационных процессов в разовом и мониторинговом режимах?

Литература

Бойков В.Э. Народ и власть: Монография. М., 2006.

Власть, граждане и СМИ. Материалы экспертных опросов по ключевым проблемам российской политики в 2005-2006 гг. Кн. 6. М., 2006.

Воробьёв В.В. Менеджмент в социальной информациологии: Монография. М., 2005.

Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия. Монография /Редактор-составитель С.Г. Корконосенко. - СПб., 2004.

Информационная политика: Учебник /Под общ. ред. В.Д. Попова. - М., 2003.

Информационная политика: в контексте социальной информациологии: Хрестоматия /Отв. ред. В.Д. Попов, А.В. Шевченко. Сост. Н.П. Арапова. - М., 2007.

Киричёк П.Н. Современная информационная политика: императивно-модусная трансформация //Социологические исследования. 2007. № 10. С. 86-96.

Киричёк П.Н. Средства массовой информации в системе «общество – государство»: Лекция. М., 2007.

Левашов В.К. Социополитическая динамика Российского общества (2000-2006): Монография. М., 2007.

Мухамедова Л.И. Социальная коммуникация в трансформирующемся обществе: Лекция. М., 2007.

Попов В.Д. Полёт птицы Феникс (историко-коммуникативный анализ системы власти): Монография. М.- Йошкар-Ола, 2007.

Попов В.Д. Социальная информациология и журналистика: Учеб. пособие. М., 2006.

Прохоров Е.П. Исследуя журналистику: Учеб. пособие. М., 2005.

Свобода. Неравенство. Братство: Социологический портрет современной России: Монография /Авт.-сост. Е.П. Добрынина; Под общ. ред. М.К. Горшкова. – М., 2007.

Социальная информациология: Словарь /Под общ. ред. В.Д. Попова. Отв. ред. Л.И. Мухамедова. - М., 2006.

Социология журналистики: Учеб. пособие /Под ред. С.Г. Корконосенко. – М., 2004.

Средства массовой информации России: Учеб. пособие /Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2006.

Сухотерин Л.Я., Юдинцев И.В. Информационная работа в государственном аппарате: Монография. М., 2007.

Теория и практика информационной политики. Выпуск 1: Сб. науч. статей /Под общ. ред. В.Д. Попова. Отв. ред. П.Н. Киричѐк. – М., 2007.

Шевченко А.В. Мониторинг информационно-коммуникативной системы: подходы и проблемы //Социология власти. 2006. № 3.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	2
1. Понятие информационного фона (напряжѐнности) социума.....	4
2. Алгоритмы информационного равенства (неравенства) в социуме.....	12

3. Информационная политика как механизм управления медиаферой.....	21
Заключение.....	28
Контрольные вопросы и литература.....	30