

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. М.В.ЛОМОНОСОВА**

На правах рукописи

Мартынова Юлия Сергеевна

**Информационные стратегии в политике современного
государства
(теоретико-методологические аспекты)**

**Специальность 23.00.02 — политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные и политические
процессы и технологии**

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Москва 2004 г.

**Работа выполнена на кафедре политического анализа
факультета государственного управления Московского
государственного университета им. М.В. Ломоносова**

Научные руководители:

Доктор политических наук,
профессор Соловьев А.И.,
Доктор политических наук
Григорьева Н.С.

Официальные оппоненты:

Доктор политических наук
Нисневич Ю.А.

Кандидат политических наук
Решетов И.К.

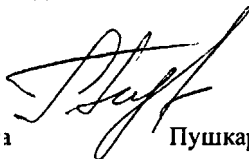
Ведущая организация:

**Российская академия
государственной службы при
Президенте РФ,
кафедра политологии и
политического управления**

Защита диссертации состоится « 20 » октября 2004 года
в 15 часов 20 минут на заседании Диссертационного совета Д.501.001.27
при Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова
по адресу: 119992, Москва, Ленинские горы, МГУ, 1-й Учебный корпус,
аудитория № 459

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной
библиотеки МГУ им. М.В. Ломоносова, 1-й Учебный корпус

Автореферат разослан « 20 » сентября 2004 года



Ученый секретарь диссертационного совета

Пушкарёва Г.В.

2005-4
13834

841815

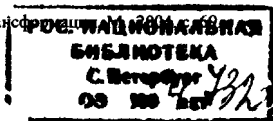
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Современные преобразования общества, вызванные становлением первоначальных форм информационной эпохи, транснализацией и глобализацией мирового пространства, обусловили начало качественных трансформаций не только мирового порядка, но и многих сущностных черт государства, а также средств и методов организации политической власти и государственного управления. Как справедливо указывает ряд зарубежных ученых, «современные телекоммуникации перестраивают характер и форму политических организаций, а также объединяют сообщества друг с другом в рамках новых структур взаимодействия».¹

И практика, и научные исследования уже достаточно ясно показали, что важнейшим ресурсом современного управления государством и обществом становится информация. Однако, признание этого действительно исторического факта оставляет открытым ряд весьма и весьма существенных вопросов. В частности, как эти подвижки влияют на сущностные черты и свойства государства, его место в социуме? Меняется ли - и как - политический инструментарий властей при урегулировании общественных процессов? Действительно ли государственная информационная политика превращается в ключевой способ руководства и управления социальными отношениями или же такая тенденция носит временный характер?

Надо сказать, что в современной политической науке нет однозначного ответа на эти вопросы. Различные теоретические подходы по-разному трактуют данную эпохальную ситуацию для государства: они колеблются от признания качественных трансформаций природы государства как территориальной формы организации власти под воздействием информационной эпохи до весьма скептического отношения к этим процессам и утверждения незыблемости принципов

¹ Хедд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э., Перратон Дж. Глобальные трансформации



государственного устройства и технологий управления общественными процессами со стороны данного института. При этом особую сложность и противоречивость выводов демонстрирует анализ соответствующих процессов в государствах переходного типа, сочетающих в своей деятельности задачи различных исторических уровней. Понятно, что особые проблемы возникают в данной связи и с исследованием политических практик российского государства.

В целом, видимо следует признать, что время еще не до конца выявило те факторы и тенденции, которые сделали бы очевидными все векторы изменений в эволюции государства и как особого социального института, и как актора, функционирующего в информационном пространстве. Однако, совершенно очевидно, что - и с точки зрения практических потребностей, и в плане теоретического интереса — все явственней проступает потребность в изучении изменений, касающихся инструментальной части деятельности государства, а именно средств и методов его поведения в информационной сфере. Ведь именно через технологии и процедуры реальной политики им решаются задачи и исторического, и эпохального характера.

Говоря об этом круге задач, подчеркнем, что в условиях становления (развития) политического и информационного рынка именно разнообразные технологические приемы передачи (сбора, хранения, обработки и проч.) знаний и сообщений (а равно и способы их взаимной организации) дают государству возможность форматировать и продвигать свои политические продукты, обеспечивать им конкурентно способные свойства и преимущества, сохранять адекватные отношения с динамикой социальной среды. Причем в трансформирующихся обществах, где идет активный поиск путей и направлений развития, на первый план выходят совершенно определенные технологические приемы организации публичного дискурса, планирования и осуществления информационных обменов и акций. Другими словами, в данном историческом контексте у этих государств на первый план выходят задачи сочетания долгосрочных и

краткосрочных политических целей, позволяющих соединять будущее и настоящее, реальность и перспективу развития политики будущего.

В данном отношении наиболее важным инструментальным явлением выступают информационные стратегии, как раз и являющиеся промежуточным звеном между текущей практикой государственного управления и власти и высшим уровнем политического проектирования и информационной активности государства в целом. Как показывает практический опыт современных политий, именно этот компонент выступает тем ключевым механизмом сочетания текущих и долгосрочных задач, который и обеспечивает преемственность политического курса правительств, увязывает принципы политической линии властей с решением конкретных социальных проблем и вопросов.

Используя политический потенциал информационных стратегий, власти имеют возможность по-особому организовывать публичный дискурс, создавать устойчивые и одновременно гибкие коммуникации государства с гражданскими структурами, всеми его постоянными контрагентами. Так что, от умения использовать потенциал информационных стратегий сегодня непосредственно зависит не только эффективность государственной политики, но и решение более существенных для общества вопросов социального развития.

Степень разработки темы. Констатируя высокую роль и значение информационных инструментов для деятельности государства, тем не менее следует констатировать пока явно недостаточный уровень их изучения. Причем, это касается не только исследования самих информационных стратегий (их места, роли, а также ориентационных, плановых и других параметров), но и обуславливающей их содержание государственной информационной политики. Причем следует учесть и то, что анализ информационных процессов и политической коммуникации в настоящее время объединяет очень широкий спектр специалистов различных направлений — политологов, социологов, журналистов, психологов, юристов, экономистов и проч. Таким образом, научное знание

переполнено сегодня громадным числом разнородных когнитивных моделей, способов и приемов анализа этих явлений и процессов. На этом междисциплинарном фоне анализ информационной политики и информационных стратегий государства характеризуется существенной неоднозначностью вкладываемых в них смыслов. А учитывая высокий удельный вес публицистических работ, и весьма поверхностным, мало специфицированным и нефундированным характером.

Существенно ограничивает возможности исследования данных явлений и достаточно эмпирический характер многих произведений, исторически сложившийся характер исследований. Так, к примеру, во многих работах западных и отечественных ученых под государственной информационной политикой понимаются практически все формы активности государства в информационной сфере. В то же время информационные стратегии, как правило, рассматриваются лишь в контексте электоральных процессов и соответствующих кампаний, как иномформа реализации различных избирательных планов в отношении СМИ, партий и прочих политических акторов. Представляется, что такого рода подходы вызваны в основном практическими потребностями и не покрывают всего пространства деятельности государства как политического актора и особого интегрированного института общества.

Конечно, что касается отечественной науки, то надо сказать, что подобный взгляд на рассматриваемые явления во многом обусловлен историческими обстоятельствами. Например, концепт «информационной политики государства» приобрел в нашей стране академический статус совсем недавно. И это неудивительно, поскольку буквально несколько лет назад информационная политика государства существовала не более чем в виде разрозненных акций по преимуществу антикризисного характера. Так что, многие вопросы, касающиеся ее концептуализации, структуризации или идентификации особых механизмов формирования и реализации оставались практически невостребованными, а потому и теоретически

неработанными. (Отметим попутно, что аналогичная ситуация касается и изучения государственной политики в целом).²

Одним словом, надо признать, что до недавних пор политико-информационные средства государственного регулирования и политического управления были отнюдь не лидирующими в российском обществе и плелись «в хвосте» применения властью привычных административных ресурсов. Что отразилось и на познавательной ситуации в отношении информационных явлений. Одновременно надо учитывать и то, что в теоретической мысли сложился определенный скепсис относительно возможностей государства оказывать в условиях транзита (и связанной с ним определенной хаотизации социума) целенаправленное воздействие на информационную сферу и общественные отношения.

Как бы то ни было, но сегодня можно констатировать, что отсутствие глубокой проработки вопросов информационной государственной политики обусловило и явно недостаточное внимание к проблемам формирования информационных стратегий данного политического института. Так что даже на фоне поистине взрывного интереса к информационным процессам (о чем можно судить по количеству появляющихся публикаций), можно констатировать, что в научной литературе не существует специальных работ, посвященных концептуализации государственных информационных стратегий как особых инструментов власти и управления, механизму их формирования и реализации.

Однако, ставя вопрос о специальном описании феномена информационных стратегий в деятельности государства, надо отметить наличие широкого круга работ, раскрывающих как универсальные, так и специфические грани данного явления. В данной связи следует прежде всего отметить ученых, чьи труды носят общетеоретический и теоретико-методологический характер по отношению к целям нашего исследования.

В частности, важную роль для нашего исследования сыграли работы таких зарубежных и отечественных исследователей, как Р.Дентон и Дж. Вудвард, М.Кастельс, Г.Лассуэлл, Б.Макнайр, Р.Мансел, Л.Пай, Д.Сандерс, Д.Томпсон, Д.Хабермас, Ф.Уэбстер, В.Афанасьев, Р.Абдеев, М.Вершинин, Л.Земляная, М.Василик, В.Иноземцев, В.Конечкая, И.Мелюхин, В.Комаровский, Т.Илларионова, Т.Воронина, В.Попов, Г.Почепцов, А.Соколов, А.Соловьев и некоторых других ученых, которые органично связали информационную тематику с общеполитической динамикой современных обществ.³ Существенную роль сыграли и научные произведения, посвященные информационной политике государства и характеристике ее отдельных направлений,⁴ а также

Denton R E and Woodward G R Political Communication in America Westport, Connecticut, London, 1999, Habermas J The theory of communicative action Vol 1 Reason and the rationalization of society Cambridge 1995, Inside the Communication revolution Ed By R.Mansell Oxford 2002, Lasswell H The structure and function of communication in society // The communication of ideas N Y, Mcnnair B An introduction to Political Communication, L and N Y 1995, Pye L, Political Communication // The Blackwell Encyclopedia Political Institutions Oxford N Y 1987, Sanders D , Scammel M , Semetco H On message Communicating the campaign, London, SAGE Publication Ltd 1999, Thompson J B The media and Modernity A social theory of the media Oxford 2003, Noms P, Curtice J, Graber D A Political Language in Nimmo and Sanders // Handbook of Political Communication, Beverly Hills, Sage, 1981, Афанасьев В Г Социальная информатизация, М, 1994, Абдеев Р Ф Философия информационной цивилизации, М, 1994, Вершинин М С Политическая коммуникация в информационном обществе, СПб, 2001, Землянова Л М Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества, М, 1999, Иноземцев В За пределами экономического общества, М, 1998, Кастельс М Информационная эпоха, М, 2000, Конечкая В П Социология коммуникации, М 1997, Комаровский В С Государственная служба и СМИ, Воронеж, 2003, Мелюхин И С Информационное общество истоки, проблемы, тенденции развития, М, 1999, Основы теории коммуникации / Под ред. М А Василика, М, 2003, Политические коммуникации / Под ред. А И Соловьева, М, 2004, Попов В Д Информациология и информационная политика, М, 2001, Почепцов Г Теория и практика коммуникации, М 1998, Соколов А В Социальные коммуникации, в 2-х частях, М, 2001, Соловьев А И Политическая коммуникация к проблеме теоретической идентификации // Полис, 2002, № 3, он же Коммуникация и культура противоречия поля политики / Полис, 2002, № 6, он же Политический дискурс медиакратий проблемы информационной эпохи // Полис, 2004, № 2, Уэбстер Ф Теории информационного общества, М, 2004 и др

4 Анникова В А Информационная политика в системе властных отношений региональный аспект, Дис канд полит наук, М, 2001, Государственная информационная политика концепции и перспективы, М, 2001, Белов Г В От информационной доктрины к информационной политике // Межотраслевая информационная служба, 1996, №2, Бусленко Н И Политико-правовые основы обеспечения информационной безопасности РФ в условиях демократических реформ Дис докт полит наук, Р/Н, 2003, Дудко О Н Государственное регулирование информационных потоков в российском сегменте сети интернет Дис канд полит наук, М, 2002, Информационная политика / Под ред В Д Попова, М, 2004, Лаптев И Д Актуальные проблемы формирования государственной информационной политики // Ежегодник 1998 Государственная служба России, М, 1999, Марков Е А Взаимодействие органов государственной власти и средств массовой информации как фактор реализации информационной политики Дис канд полит наук, М, 2003, Нисневич Ю А Информационная политика России проблемы и перспективы, М, 1999, он же Информация и власть, М, 2000, Сулейманова Ш С Информационное обеспечение реализации государственной национальной политики РФ, Дис канд полит наук, М, 2003, Сухомлинова Т П Государственная информационная политика реакция post factum или осознанная стратегия? // Массовые информационные процессы в современной России, М, 2002, Устинович Е С Политико-информационная деятельность органов государственной власти и

массовым коммуникациям;⁵ работы по изучению интернет-технологий⁶ и раскрытию информационных аспектов переходных систем;⁷ труды, описывающие отношения государства и СМИ,⁸ формирование отдельных, в частности, рекламных стратегий государства и других политических акторов,⁹ методы информационных обменов и коммуникаций,¹⁰ а также

структур гражданского общества, Дис канд. полит наук, М, 2001, Шевченко А В Идеология формирования государственной информационной политики, Дис канд полит наук, М, 1999 и др

5 Карпухин О, Макаревич Э Формирование масс, М, 2001, Массовые коммуникации и массовое сознание / Под ред. В Л Артемова, М, 2002, Массовые информационные процессы в современной России / Отв ред А В Шевченко, М, 2002, Назаров М М Массовая коммуникация в современном мире, М, 1999, Шерковин Ю Психологические проблемы массовых информационных процессов, М, 1973, Agents of Power The media and public policy Ed by J Actchull NY 1995, Baker C E Media, Markets, and Democracy Cambridge 2002, McCormack G A model of Post-Soviet Media Control in Election The European Institute for the Media Dusseldorf 2002 и др

6 Василенко В И Интернет в системе государственной службы, М, 1998, Закупень Т В Об информационном обеспечении управленческой деятельности госструктур // НТИ Сер 1, 1997, № 8, Закупень Т В Правовое регулирование создания единого информационного пространства стран-участниц СНГ // Государство и право, 1997, № 6, Информационные технологии в структурах государственной службы, М, вып 2, 1997, Inside the Communication revolution. Ed By R. Mansell Oxford 2002, и др

7 Дзялошинский И М Российский журналист в посттоталитарную эпоху, М 1996, Засурский Я Н Закономерности и тенденции развития журналистики в переходный период, М 1998, Самошонков Н В Журналистика и политический процесс, Кемерово, 1998, Чичановский А А Взаимодействие СМИ и властных структур в условиях модернизации российского общества Дис докт полит наук, М, 1998 и др

8 Буянов М М Региональная печать и власть приоритеты взаимодействия в условиях современной России Диссертация канд полит наук, М, 1999, Коновченко С В Общество - средства массовой информации - власть, Р/Д, 2001, Юровский С А Средства массовой информации в системе государственной политики современной России Дис канд. полит наук, М, 2001, Федотова Л Н Социология массовой коммуникации, М, 2003, Чичановский А А СМИ и власть // Диалог, 1995, № 5-6 и др

9 Дзялошинский И М Российские СМИ в избирательной кампании уроки эффективности, М, 1996, Жмыриков А Н Как победить на выборах, М, 1995, Иванова Е В Роль СМИ в освещении властных отношений современного российского общества Дис канд полит наук, 2001, Зызыкин В Г, Колосова С В, Фуре Р Ф Психологические факторы повышения активности избирателей с помощью телевизионных передач рекламного характера, М 1996, И К. Решетов Политическая реклама в системе массовых коммуникаций, Дис канд полит наук, М, 1999, Roddy B L, Garramone G M Appeals & Strategies of Negative Political Advertising // Journal of Broadcasting & Electronic Media 1988 vol 32 и др

10 Аронсон Э, Праткин Э Эпоха пропаганды, СПб - М, 2002, Говорухина К А Политическая пропаганда в тоталитарном обществе Дис канд полит наук, Краснодар, 2002, Деннис У Л Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ, М, Мехлер Г Власть и магия PR, М, 2004, Рюшина Л И Манипулятивные приемы в рекламе Ростов-на-Дону 2004, Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под ред. В С Комаровского, М 2001, Скуленко М И История политической пропаганды, Киев, 1990, Тучков С М Паблик рилейшнз в политическом процессе современной России, Дис канд полит наук, М, 2001, Тростянская И Б Рекламные технологии в информационно-политической деятельности государства, Дис канд полит наук, М, 2002, Чумиков А Н Креативные технологии паблик рилейшнз, М, 1998, Шарков Ф Интегрированные PR-коммуникации М, 2004 и др,

имиджевые стратегии. " Важную роль для исследования сыграли работы, посвященные изучению стратегии избирательных кампаний.¹²

Особо следует отметить работы таких авторов, как Г. Маузер, Д. Линдон, Б. Криеф, А. Стейнберг, М. Бонгран, посвященных проблемам политического маркетинга.¹³ Ведь поскольку в деятельности по организации избирательных кампаний явно прослеживаются этапы и процессы, характерные для этого типа организационных действий, то описанные ими технологии оказались взятыми на вооружение многими не только специалистами по управлению предвыборными кампаниями, но и учеными, разрабатывавшими методологические основы изучения поведения государства на информационном рынке.

И все же, отмечая наличие широких и разнообразных исследований по современным информационно-политическим проблемам, надо признать, что среди них отсутствуют специальные исследования, посвященные анализу информационных государственных стратегий. В современной литературе данный термин применяется скорее описательно, путем переноса ряда смысловых значений с понятий «политические» или «военные» стратегии. Так что, с помощью такого трансцензуса невозможно выполнять многие аналитические задачи. Коротко говоря, в научной литературе понятие «информационных стратегий» до сих пор не концептуализировано, а посему не определены ни место, ни роль информстратегий в политической активности государства, не систематизировано их значение для целенаправленной деятельности властей, реализации ими тех или иных политических проектов.

11 Малаканова О.А. Имидж политического института как предмет социологического исследования, Дис. канд.полит. наук, Казань, 1999; Марченко Г.И., Носков И.А. Имидж в политике, М., 1997; Охотский Е.В., Шмарковский Л.Я. Имидж государственного служащего и СМИ, М., 1998; Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента, Киев. 1997 и др.

12 Ferejohn J.A., Noll R.G. Uncertainty & the Formal Theory of Political Campaigns//American Political Science Review. 1978 Vol.72; Skarpedas S., Grofman B. Modeling Negative Campaigning//1995. vol.89;

13 Mauser G.A. Political Marketing. An Approach to Campaign Strategy. Praeger. 1983, Steinberg A. The political Campaign Handbook. Media Scheduling & Advance. Lexington. 1976; Коноплин Ю.С., Лобанов В.В. Маркетинговый анализ политического имиджа политического товара, М., 1995; Мельник Г.С. Политический маркетинг в журналистике и выборы // Вестник Санкт-Петербургского университета, сер. «История, язык, литературоведение», 1997, вып. 2; Морозова Е.Г. Политический рынок и политический

Одним словом, перед сегодняшними исследователями стоит задача определения сущности информационных стратегий и концептуализации данного понятия, предполагающего определение их места и роли в политической деятельности современного государства, а также раскрытие механизмов их формирования и реализации, соотнесение с другими инструментами воплощения политической воли государственной власти. Частичному решению этой задачи посвящена и данная диссертация.

Цель исследования. Целью диссертации является определение сущности, места и роли информационных стратегий государства в рамках формирования и реализации информационной политики данного общественного института, а также раскрытие типологических и технологических параметров механизма их формирования и реализации в современных условиях.

К **задачам**, раскрывающим достижение цели исследования, следует отнести:

- определение характера позиционирования государства в современных условиях как агента информационной политики;
- уточнение природы и сущности информационной политики современного государства на основании описания его взаимосвязей с важнейшими компонентами -[?] внешней социально-политической среды;
- выделение и описание полиструктурного характера государственной информационной политики;
- выделение особенностей роли государственной информационной политики в переходных государствах;
- уточнение сущностных параметров информационных кампаний и механизма их формирования и развития в контексте политической эволюции современных государств;

- определение маркетинговых и немаркетинговых технологий формирования государственных информационных стратегий в современных политических условиях.

Теоретико-методологические основания исследования.

Теоретико-методологическую базу диссертации составляет совокупность приемов и способов научного анализа, целесообразность применения которых определяется конкретными направлениями и объектом исследования. В частности, к используемым в диссертации приемам можно отнести системный и структурно-функциональный, сравнительно-сопоставительный (компаративный) и исторический, социологический и коммуникативный методы. Широко использовался и метод включенного наблюдения.

Научная новизна исследования и выводы, полученные лично автором, состоят в следующих результатах:

- применительно к современным условиям первоначальной стадии становления информационной эпохи уточнена роль и возможности государства как специфического общественного института, показаны тенденции и принципы переориентации его политической активности на информационные ресурсы и методы регулирования, описан ряд соответствующих форм организации системы власти и управления, изменения ресурсной базы государственной политики;
- на основании критического анализа научных дискуссий и современного политического развития уточнены сущность и полиструктурное содержание государственной информационной политики, раскрыты ее место и роль в сфере политической власти, показаны ее отличительные черты в переходных системах;
- определена сущность и базовые параметры информационных стратегий современного государства;

- в контексте современности уточнено содержание проводимых государством информационных кампаний;
- упорядочена и систематизирована типология применяемых современным государством информационных стратегий (особенно в отношениях со СМИ и гражданскими структурами);
- описан механизм формирования и реализации государственных информационных стратегий, показаны возможности и ограничения в использовании государственными учреждениями маркетинговых и немаркетинговых технологий при формировании массовых коммуникаций.

Теоретическое и практическое значение диссертации.

Теоретическое значение проделанного исследования состоит в разработке и уточнении концептуальных и методологических оснований анализа информационно-политической активности современного государства. Полученные в данной связи выводы расширяют возможности для более углубленного исследования современной сферы политики, политических коммуникаций. С практической точки зрения основные выводы и положения диссертации позволяют решать задачи в области налаживания отношений государства с его важнейшими контрагентами, эффективнее планировать и реализовывать его информационные кампании, решать другие прикладные задачи. Предлагаемые теоретические разработки также в состоянии послужить содержательному обогащению общих и специальных курсов в высшей школе по дисциплинам гуманитарного цикла.

Апробация результатов исследования. Основные идеи и положения диссертации изложены автором на ряде научных, в том числе и международных конференций (в частности: Международной научной конференции «Государственное управление в XXI веке: концепции, методы, технологии», МГУ, 2003 г.; Конференции студентов и аспирантов «Актуальные проблемы теории и практики управления», МГУ, 2003 г.), а также в публикациях автора.

Работа обсуждена на кафедре политического анализа МГУ им. М.В. Ломоносова и рекомендована к защите.

Объем и структура диссертации. Диссертация построена в соответствии с целью и задачами исследования и отражает логику анализа соответствующего объекта. Она состоит из Введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и Приложений. Общий объем работы составляет 140 страниц (без приложений).

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении формулируются актуальность выбранной тематики, поставленные перед исследованием цели и задачи, обозначается степень разработанности темы, а также показывается новизна полученных результатов.

В первой главе «Стратегии как инструмент государственной информационной политики» автором описываются и раскрываются видоизменения, касающиеся места и роли государства в сфере политики в связи с первоначальными процессами становления информационного общества, а также характер применяемых данным институтом средств реализации власти. В частности, в § 1 «Государство в современных информационно-коммуникативных процессах» показывается, как в рамках начинающегося глобального социально-культурного переворота трансформируются функции государства и технологии управления социумом, формы и способы организации публичной власти. Показывается, что все эти подвижки обусловлены изменением статуса и возможностей использования государством политической информации, применение которой позволяет осуществлять целенаправленное регулирование социальных процессов и одновременно получить экономию (компенсировать дефицит) других средств и ресурсов власти. Оценивая социально-экономические процессы, качественно изменившие роль

информации и сопутствующих им контактов, автор подтверждает позиции, согласно которым формирование информационно-коммуникативных связей становится не сопутствующим элементом политических изменений, а важнейшим эпицентром политики.¹⁴

Описывая усиление сетевого характера строения государства, процессы виртуализации и деидеологизации государственной политики, автор одновременно показывает и новую роль технических средств передачи сообщений в публичной сфере, раскрывает тенденции возникновения государства *on line* и *e-government*, показывает предпосылки формирования постдемократических порядков в современном мире. На базе проведенного анализа в диссертации отмечается ряд существенных видоизменений в политической сфере государства (в частности, превращение информационного рынка в основополагающий регулятор политики государства; глобализацию мирового и регионального информационных пространств и упадок локальных, в том числе национальных, информационных рынков; возникновение новой технической инфраструктуры формирования государственной политики; трансформацию и перестройку функций государства в зависимости от технических условий обеспечения его работы; превращение СМИ в центральный институт представительства гражданских интересов и возникновение медиакратических форм организации политической власти и др).

Вместе с тем, признавая, что государство сохраняет в политике статус основополагающего актора, автор отмечает, что реалии информационного общества нельзя признать гомогенизирующей силой, предопределяющей одинаковые по своему политическому характеру последствия для всех государств. Во многих — особенно переходных — странах складывается особый тип реакции на данные процессы, формируется соответствующий институциональный дизайн, массовые

¹⁴ См Соловьев А И Политический облик постсовременности очевидность явления // Общественные науки и современность, 2001, № 5

стереотипы и установки политических действий. Причем все переходные системы так или иначе совмещают такого рода процессы с попытками демократизировать свои общественные отношения и институты. Сказанное предполагает, что общие схемы становления информационного общества должны предельно специфицироваться применительно к положению данного государства в информационной сфере, деятельности конкретных правительств, агентов поля политики, технической оснащенности дискурса и другим аспектам.

В то же время для осуществления своих функций и сохранения положения в сфере политики государству необходимо повышать свою информационную мобильность; накапливать соответствующие ресурсы и совершенствовать технологии информсопровождения управленческих целей; овладевать технологиями маркетингового типа; усиливать адресные контакты со своими контрагентами; активнее встраиваться в мировые информационные потоки, усиливая свое позиционирование на мировом политическом рынке и снижая зависимость от глобального инфотрафика; совершенствовать техническую инфраструктуру, соответствующую тенденциям глобализации и постепенного становления электронного правительства.

Далее, констатируя различные формы активности государства в информационной сфере, автор - в § 2 «Сущность и полиструктурные свойства государственной информационной политики» - дает комплексный анализ государственной информационной политики. Характеризуя последнюю как совокупность взаимосвязанных акций, направленных на реализацию целей политического режима (на основе поддержания стабильности общества, сохранения возможности корректировки планов и ряда других параметров), автор раскрывает ее полиструктурный характер. В данном аспекте в диссертации описываются ее *субстанциональный* (отражающий сущностные параметры данного вида активности в информационной сфере), *доктринальный* (обозначающий единство ценностно-смысловой основы информационных акций

государства), *морфологический* (характеризующий сочетание публичного, полутеневого и теневого сегментов информативности), *дискурсивный* (освещающий разнообразные способы организации инфопотока и поддержания публичных коммуникаций) и *технологический* (демонстрирующий наличие специальных каналов, средств связи и др. соответствующих компонентов устанавливаемой государством коммуникации) параметры. Одновременно определяется состав объектов и контрагентов государства в информационной сфере.

В данной связи в работе анализируются наиболее важные проблемы формирования и осуществления госинформполитики в российском обществе (развития нормативно-законодательной базы, информационной индустрии и др.). Предметом особого анализа в диссертации становятся две проблемы: отношения государства со СМИ (прежде всего в плане совершенствования форм государственного регулирования и дерегулирования медиадетальности), а также стадийный анализ процесса формирования госинформполитики (позволившего выделить различные фазы обращения информации и организации политических контактов государства со своими контрагентами).

Проведенный анализ позволяет автору заключить, что в настоящих условиях госинформполитика должна быть направлена на постоянное присутствие государства в публичном информационном поле; формирование таких параметров публичного инфотрафика, которые сохраняли бы устойчивые контакты власти с гражданскими структурами и оппозицией; повышение удельного веса адресных информационных стратегий и кампаний по отношению к корпоративным и групповым контрагентам с целью сохранения общеколлективных политических приоритетов.

В русле структурного анализа госинформполитики автор в § 3 - «Место и роль стратегий в государственной информационной политике» - обращается к специальному рассмотрению этого политического инструмента. Определяя их как относительно автономные комплексы

взаимосвязанных долгосрочных акций, направленных на достижение масштабных социальных целей, соответствующих основным принципам госинформполитики и продвигающих принципы и приоритеты правящего режима в политическом пространстве, автор подчеркивает, что именно эти способы активности в своей суммарной форме позволяют властям поддерживать необходимые массовые коммуникации и контакты с основными корпоративными контрагентами. Причем, там и тогда, где и когда государство испытывает социальные перегрузки, информстратегии становятся главным инструментом поддержки, сохранения маневренности, а временами даже выживания политического режима. Обращаясь к российской действительности, автор констатирует и то, что отсутствие должных информстратегии при решении крупных политических вопросов становится предпосылкой снижения эффективности проводимых в государстве реформ, осуществления общей политической линии правящего режима.

Критически обобщая существующие подходы, трактовки и способы толкования информстратегии, автор делает попытку определения их когнитивной модели. Прежде всего, предлагая говорить об *узком* (показывающем направленность действий государства в рамках отдельных информкампаний) и *широком* (отражающем масштабность решения властью политических задач) понимании соответствующего понятия, автор обосновывает *двойственную природу* данного явления, раскрывающую информстратегии как форму программно-идеологического поведения властей, а также средство обеспечения целостности осуществляемых государством информационных акций. Формализуя и рационализируя содержание информстратегии, автор выделяет и раскрывает содержание таких их параметров, как: универсальные организационные и идеальные компоненты; базовые субъекты и объекты коммуникации; основное содержание сообщений; технологии и процедуры информационных связей; характер, длительность и уровень разработки (реализации) стратегических целей; ресурсное обеспечение; параметры нормативного регулирования;

основные фазы и формы осуществления информстратегий; кадры госучреждений, занятые в информационной деятельности; типы и разновидности информстратегий.

Раскрывая и описывая содержание такого рода параметров, автор особо подчеркивает способности информстратегий соединять актуальную и перспективную реальность (через синтез текущих и долгосрочных целей); выступать формой ответа на динамику ключевых факторов внешней среды, задающих главный вектор политического развития режима; сохранять гибкий баланс действий госучреждений со средой (контрагентами); использовать креативные технологии; сохранять органическую связь с прерогативами высших звеньев правящего режима, а также ряд других черт и характеристик.

В качестве основной формы осуществления информационных стратегий в работе проанализированы информационные *кампании*, призванные непосредственно решать укрупненные блоки задач, входящих в общецелевую установку политического режима. В этом смысле кампании представляют собой не только важнейшую форму информстратегий, но и основной сервисный элемент госполитики в информационной сфере. Причем подчеркивается, что информкампании не столько реализуют цели стратегий, сколько создают основу для их воплощения, реализации заложенных в них идеалов, принципов и норм. В данном контексте в работе указывается, что в основании информкампаний лежат конкретные программы действий, а их существенными параметрами выступают (медиа)менеджмент и (медиа)планирование, сценарирование акций и взаимодействий в информационном пространстве, спецоперации и локальные способы управления инфопотоками. Благодаря этим технологическим компонентам и обусловленной ими структуризации действий властей, информкампании обретают способность создавать (воссоздавать) и передавать важные для правящего режима символы и знания, устанавливать соответствующие коммуникации.

Анализ информационных кампаний позволяют автору говорить о сугубо практической стороне развертывания государством публичного дискурса, предметном налаживании отношений государства (его представителей) с конкретными политическими контрагентами. В диссертации отмечается, что кампании, инициируя непрерывную борьбу за общественное мнение (даже завоеванное им ранее, но по другим поводам), активизируют и перестраивают публичный дискурс. В итоге, они выступают наиболее динамичным средством (пере)позиционирования режима (ветвей власти, отдельных госучреждений) в сфере политики, изменения имиджа государства (государственных органов), формирования и разрушения приверженности граждан определенным идеям, ценностям, правящим партиям или политическим фигурам.

Характеризуя параметры информкампаний (и содержательно освещая некоторые из них в Приложениях к диссертации), автор особо подчеркивает обязательное решение ими имиджевых задач. Наличие последних обусловлено не только рыночным характером распространения информпродуктов государства, но и необходимостью статусного позиционирования этого института в публичном пространстве. Другими словами, автор приходит к выводу, что для успешной реализации той или иной информстратегии (кампании) необходимо обязательно формировать имиджевые оболочки правящего режима (государства в целом), отношение к которому является органической составной частью любого связанного с его именем политического товара. В конечном счете именно создание имиджевых конструкций в рамках информстратегии (кампаний) выступает базой легитимации как масштабных политических целей властей, так и государственной политики в целом.

В дальнейшем анализ информстратегии государства переходит к описанию их более частных предметных характеристик. Этому блоку вопросов посвящается **глава 2 - «Типологические и технологические параметры информационных стратегий».**

В § 1 «Типология информационных стратегий современного государства» рассматриваются разновидности соответствующих информационных действий, которые не только выступают показателем разнообразия степени и характера реализации политических целей правящего режима, но и позволяют понять возможности управления информационной деятельностью государства, его организацию, технологии и способы деятельности госучреждений или выступающих от лица государства структур. Причем, автором подчеркивается, что помимо своего обобщающего значения, фиксирующего наличие соответствующих взаимодействий в информационной сфере, практически все типы информстратегий (кампаний) выступают в виде определенных нормативных моделей деятельности государства (его органов или представителей). В этом смысле особым значением выделяемые типологии обладают для переходных политических систем, чьи варианты общественного развития в решающей степени определяются волевым настроем правящего класса.

Подчеркивая, что на уровне конкретных кампаний и акций информстратегий выступают в качестве общеориентационной линии деятельности, автор свое основное внимание сосредотачивает на анализе активности различных ветвей власти: исполнительной, законодательной и судебной. При этом в качестве основной эмпирической базы анализа рассматривается западный, в частности, американский опыт, поскольку в этой стране подобная деятельность госучреждений обрела весьма четкие очертания, и потому может быть использована не только в академических целях, но и рассмотрена на предмет заимствования положительного опыта для современного российского общества.

Оценивая опыт поддержания устойчивой коммуникации основных ветвей власти со СМИ, автор вслед за рядом западных исследователей выделяет и анализирует различные стадии этих отношений, показывает общие и отличительные параметры медиаполитических процессов в России и США. Анализируя эти информпроцессы (в том числе и в

региональном измерении), автор приходит к ряду выводов относительно характера освещения работы госучреждений, построения тактики их взаимоотношений со СМИ, поддержания паблисити и других проблем.

Говоря о российских проблемах, автор показывает наличие существенных трудностей для проведения как общефедеральных информстратегий, так и единой скоординированной информполитики, организации и поддержания соответствующих коммуникаций. Для преодоления этих препятствий властями, как показано в диссертации, следует постепенно переориентироваться с приоритетных связей с корпоративными агентами на отношения с гражданскими структурами и образованиями. Ключевым значением для формирования и реализации информстратегий, способных повысить политический статус правящего режима, должны стать те содержательные сообщения, которые способны поддерживать демократический облик российской государственности, консолидировать общество, снижать издержки авторитарных форм поддержания публичных дискурсов в центре и регионах. В конечном счете распространяемые знания и сведения создадут информационный климат, способный включить дополнительные формы контроля населения за властью и бизнесом, стимулировать социальную ответственность последнего.

Условием такого информационного перепозиционирования режима должно стать и форматирование распространяемой властными структурами информации в рамках определенных морально-этических требований, позволяющих не только эффективно воплощать демократические идеи и ценности, но и создавать соответствующий коммуникативный резонанс государственных проектов у гражданского населения. В этом смысле связи и отношения правящего режима со СМИ, организация властными структурами собственных медиа-стратегий обладают вторичным характером и являются в известном смысле технологическим условием реализации целей информационной государственной политики. Российское государство должно существенно

изменить зону и характер информирования общества. Гармонизация информационной деятельности властей повысит заинтересованность граждан в контактах с нею, их политическую и социальную активность.

Автор обращает внимание и на необходимость различения госинформстратегий (кампаний) от корпоративных или коммерческих аналогов, что предполагает отношение власти к гражданам как к социальным «совладельцам» политических проектов, отсутствие агрессии по отношению к личной жизни людей, открытость и информационную развернутость режима к обществу. Информстратегии (кампании) в государственном секторе должны быть выдержаны в серьезном формате, исключая неподобающие комментарии, оценки, суждения и проч. Чрезвычайно важно и согласование глобального имиджа государственных учреждений с институциональным имиджем конкретного ведомства, соотнесение внешней коммуникации с обществом и внутренней с сотрудниками учреждения, которое и проводит информкампанию. Также, как показано в диссертации, для воплощения типологических моделей информстратегии (кампаний) важным условием является соответствующая институализация проводимых мероприятий, обеспечение ее правового характера. Причем, регламентация государством информационного пространства в принципе не может замыкаться на его односторонних усилиях.

В § 2 «Способы и технологии формирования и реализации государственных информационных стратегий» исследование переходит на уровень анализа частных приемов и способов формирования инфопотоков и организации публичного дискурса. Такое технологическое измерение информстратегии дает возможность оценить характер совмещения целей государственной политики с задачами информстратегии, эффективность складывающихся в их рамках коммуникаций, воздействие властей на сознание и поведение контрагентов.

Подчеркивая, что на этом уровне стратегические и тактические формы информационной активности государства в значительной степени

уравниваются, автор структурирует технологическое содержание информстратегий, выделяя наиболее общие методы поддержания публичных контактов; а также показывает технико-организационные способы налаживания информдействий государства (план), позиционирования и ролевой деятельности его конкретных подразделений, сотрудников.

Основное внимание в данном контексте в работе уделяется анализу маркетинговых и немаркетинговых способов формирования публичного дискурса. В частности, автор показывает, что с одной стороны российское государство продолжает использовать как пропагандистские методы, так и вынуждено осваивать приемы маркетингового распространения информации, трансформируя соответствующим образом институциональный дизайн системы правления. Причем, поскольку корпоративные агенты поля политики значительно быстрее овладели данными технологиями, государство оказывается в положении зависимой стороны, что в определенной степени понижает его конкурентоспособность по сравнению с рядом коммерческих структур.

В диссертации отмечается, что если пропаганда представляет собой постоянную величину, не зависящую от формы организации власти и исторического времени, то эффективность маркетинговых технологий жестко привязана к формам развития политического и информационного рынков в стране. В этом смысле, раскрывая особенности применения манипулятивных приемов и способов распространения дезинформации со стороны государства (в том числе переходных и демократических типов), автор подчеркивает и ограничения, с которыми приходится сталкиваться этому институту при использовании PR-технологий, ориентированных на установление открытых и взаимоуважительных контактов с гражданскими и корпоративными структурами.

Анализируя данные ограничения, автор приходит к выводу, что при использовании PR-технологий и маркетинговых методик в целом для госслужащих необходима не только административная, но и идейная

лояльность по отношению к курсу политического режима, его знаковым фигурам. В этой связи автор показывает различия между формально-организационными и информационно-технологическими параметрами маркетинговых технологий, демонстрирует те условия, которые должны поддерживаться для закрепления в политическом дискурсе PR-технологий, повышения эффективности этих методов коммуникации.

По мнению автора, расширение поля маркетинговых технологий у государства важно и потому, что по мере развития психотехнологий убеждающая коммуникация, основанная на фактах и аргументах, все больше уступает место внушающей коммуникации. Так что и в деятельности некоторых госструктур основное внимание нередко переносится на разработку средств и методов внешних (подпороговых) воздействий на сферу бессознательного с целью целенаправленной модификации психических процессов, состояний и поведения человека. В данной связи в практике соответствующих информационных служб получают распространение методы нейролингвистического программирования и суггестивной лингвистики, эриксоновского гипноза и другие, рассчитанные в основном на подсознательное восприятие информации и в конечном счете способствующие повышению уровня тревожности и неопределенности сознания человека, нарушению целенаправленной коммуникации с другими людьми.

Фиксируя направления информационной деятельности государства (организацию сотрудничества органов государственной власти со СМИ, взаимодействие с общественными организациями, политическими партиями, гражданскими объединениями, зарубежными государствами и прочими агентами поля политики), а также давая анализ содержательной информативности госучреждений по применению маркетинговых технологий, автор демонстрирует условия повышения открытого характера публичных инфообменов, способы опоры власти на общественное мнение, перспективные формы управления общественным сознанием,

трансформации связей с обществом в устойчивые политические коммуникации.

Продолжая анализ различий между организационными и содержательными аспектами применения маркетинговых технологий, автор в заключении дает анализ и единичных информационных технологий, не связанных рамками определенного плана, а позволяющих более свободно и дифференцированно подходить к анализу используемых государством приемов формирования и реализации информстратегий (кампаний) и соответствующего налаживания коммуникаций.

В Заключении подводятся выводы исследования, суммируются основные полученные результаты.

Основные публикации автора по теме диссертации.

1. Информационная политика государства: стратегии и тактики ее реализации // Актуальные проблемы теории и практики управления. МГУ. ФГУ. М., 2003. - 0,3 п.л.
2. Информационные стратегии государства в политическом процессе // Государственное управление в XXI веке. Концепции, методы и технологии. М, 2003. - 0,7 п.л.
3. «Глобализация. Модернизация. Россия». Круглый стол. // Полис. 2003. № 2; - авторских 0,1 п.л.
4. Информационная политика государства: стратегии и тактики воплощения // Межвузовский сборник трудов молодых ученых. Вып. 1. М., 2002. - 0,3 п.л.

Заказ № 411 Подписано в печать 16.09.04 Тираж 100 экз.

000 "Цифровичок", тел. 741-18-71, 505-28-72

www.cfr.ru

№ 18 297

РНБ Русский фонд

2005-4

13834