

САЛАПАТ СЕРГЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ

**СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ
В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Специальность 22.00.08.- Социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

Москва 2005

Диссертация выполнена на кафедре социологии, психологии и педагогики
Московского государственного технологического университета «Станкин»

Научный руководитель:

Доктор экономических наук, профессор Чараев Г.Г.

Официальные оппоненты:

Доктор философских наук, профессор Гуревич П.С.

Кандидат социологических наук, доцент Большакова Т.Ю.

Ведущая организация:

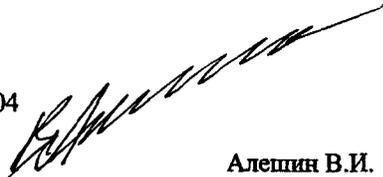
Российская экономическая Академия им. Г.В.Плеханова

Защита диссертации состоится «26» октября 2005 г.
в 12:00 часов на заседании диссертационного совета К 212.142.04.
в Московском государственном технологическом университете
«Станкин» по адресу:
127 055, Москва, Вадковский переулок, д. 1

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке
Московского государственного технологического
университета «Станкин»

Автореферат разослан «19» сентября 2005 г.

Ученый секретарь
Диссертационного совета К 212.142.04
кандидат философских наук
профессор



Алепин В.И.

2006-4
16984

2182593

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

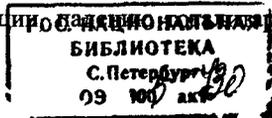
Динамические изменения, происходящие в различных сферах деятельности человечества, обусловили усиление массово-информационных контактов в формировании ценностных ориентации личности. Целенаправленное изучение различных источников литературы и научный анализ информационной деятельности в России свидетельствуют о том, что социальная информация превращается в объективно действующий фактор влияния на социум.

В силу своей мобильности, оперативности и одновременного воздействия на многомиллионные аудитории, СМИ занимают особое место в системе средств воздействия на духовную жизнь общества. Появившиеся на информационном рынке России новые массовые печатные издания, независимые телерадиокомпании различных уровней значительно расширили сферу информационного влияния «четвертой власти» социума на формирование общественного мнения, ценностные ориентации и мотивацию деятельности людей. Сегодня все более значимой проблемой становится изучение данных вопросов с точки зрения социологии управления, ориентированной на исследование конкретных механизмов и способов управленческого воздействия на общество и его отдельные сферы, группы, сознание и поведение людей.

Актуальность темы исследования обусловлена следующими факторами:

– в современном обществе значительно возрастает роль и значение средств массовой информации в жизни человека и общества, быстро обновляются все сферы общественной жизни значительной части населения планеты, цивилизация обретает динамику социальных изменений, постоянно сужаются зоны традиционализма и консерватизма;

– всемирный процесс глобальной демократизации общественных систем, стремительно приводит социум к росту значимости личности, утверждению плюрализма мнений, терпимости к чужой позиции



авторитарной форм организации общества. На смену эпохе детерминированности технологии приходит эпоха технологической свободы и плюрализма;

– наблюдается динамичный процесс перехода авангарда современных обществ в информационную, более высокую фазу развития. Идет постепенный процесс перехода от индустриальной цивилизации к постиндустриальной. Социальное познание и практика все в большей степени превращаются в переработку огромных массивов разнообразной социальной информации, которые опосредуются субъектами социальной деятельности от ее объектов;

– быстрыми темпами развивается так называемая третичная сфера современного общества, которая включает науку, культуру, образование, здравоохранение, обслуживание и защиту прав человека. К началу XXI ст. стали явными весьма масштабные перемены и в сфере занятости людей, связанные с тем, что впервые за всю историю человечества основная часть населения наиболее развитых стран активно покидает сферу сельского хозяйства и промышленности и переходит в сферу обслуживания. Индустриальные технологии, таким образом, постепенно утрачивают свою былую значимость, а основным объектом технологизации все больше становится не только социальная сфера общества, но и социальное пространство в целом.

Степень разработанности темы исследования. Большое влияние в целом на развитие организационно-технологической проблематики оказали теория систем и теория организации, кибернетика, развитые в трудах известных зарубежных и отечественных исследователей (Р. Акофф, Б. Берельсон, Л. Бертаганфи, С. Бир, Г. Вагнер, Н. Винер, К. Лазарсфельд, Р. Мертон, К. Шеннон и другие). С конца 60-х-начала 70-х гг. XX в. организационно-технологическая проблематика получает достаточно широкое развитие. Она активно разрабатывается в трудах многих отечественных и зарубежных исследователей: Т. Адорно, В.Г. Афанасьева, П. Лазарсфельда, В. Липпмана, Г. Лассуэлла, Г. Маклюэна, Н. Стефанова, М. Маркова, М. Хоркхаймера и многих других.

В настоящее время проблематика организационных технологий СМИ исследуется в работах многих российских ученых: С.Ф. Анисимова, М.С. Вершинина, А.А. Гаджиевой, Б.А. Грушина, Т.М. Дридзе, Н.Г. Кириллова, Л.В. Матвеевой, К.Х. Момджяна, Т.В. Науменко, С.К. Рощина, Ю.П. Сурмина, Н.В. Туленкова, Л.Н. Федотовой, Б.М. Фирсова, В.П. Фофанова, Т.М. Ядова и многих других.

За последние годы значительно увеличилось число исследований средств массовой информации. Это объясняется, с одной стороны, возрастанием их роли в жизни и развитии общества, с другой - стремлении работников печати, радио и телевидения сохранить или расширить круг читателей, зрителей и слушателей. В работах перечисленных исследований показаны многообразие и противоречивость роли и влияния СМИ на общественную жизнь.

Однако в целом общетеоретический уровень их рассмотрения, при всей его важности, как методологического основания организационных технологий, обуславливает необходимость их рассмотрения в связи с предметными областями возможного приложения. Здесь прослеживается определенная аналогия со связью управления, которое, как самостоятельный социальный процесс, обладающий своими сущностными свойствами и выполняющий только ему присущие организационные функции, наполняется содержанием того предметного объекта, где управление осуществляется. То же самое, происходит с организационными технологиями, которые, используя в самых различных социальных системах управления, адаптируются согласно их специфике, целям, характеру деятельности и т.д.

Между тем, современные проблемы, связанные с потребностью создания высокоэффективных СМИ, а также массив интегрированного научного знания в рассматриваемой области, обуславливают необходимость интенсификации усилий в сфере разработки организационно-технологической проблематики. По мнению автора, по сей день, не выработаны единые теоретико-методологичес-

кие подходы к проектированию и внедрению организационных технологий в СМИ. Это во многом обусловило выбор темы диссертационного исследования.

Объектом диссертационного исследования являются управленческие технологии в средствах массовой информации.

Предметом исследования - пути и методы совершенствования управленческих технологий в средствах массовой информации.

Гипотеза работы: разработка теоретико-методологических основ проектирования и внедрения управленческих технологий в СМИ может способствовать формированию целостной концепции организационно-технологического подхода, ориентированного на повышение эффективности информационной деятельности.

Основная цель диссертационной работы заключается в исследовании управленческих технологий в средствах массовой информации, определения их функций в достижении целей и задач, возложенных обществом и государством на СМИ.

Задачи исследования:

- выявить сущностные черты, признаки и содержание управленческих технологий как важнейших средств достижения целей и задач в средствах массовой информации;
- определить функции управленческих технологий в системе средств массовой информации;
- выявить вопросы организационно-технологического процесса в системе управления СМИ, требующие правового обеспечения;
- определить основные направления реализации организационно-технологического подхода в управлении СМИ;
- оценить различные технологии с точки зрения возможности их использования при формировании организационной структуры и системы управления СМИ;

– выявить специфику технологий формирования программно-целевых структур в СМИ.

Методологическую основу составили положения классических и современных теорий управления, теорий организации, права, философии, социологии. Кроме того, заметное место заняли методологические вопросы, связанные с методами и технологиями прогнозирования, планирования, организационного проектирования. Это позволило рассмотреть специфику управленческих технологий СМИ с различных точек зрения. В работе использовались общенаучные методы – системный, структурно-функциональный, анализ, синтез; специальные методы – сравнительный, типологический анализ, ситуационный подход, статистический анализ.

Эмпирическую базу исследования составили результаты отечественных и зарубежных исследований в области теории социальных технологий, данные российской статистики по проблемам деятельности СМИ, различным аспектам функционирования СМИ и использования ими в управленческой деятельности научных методов, алгоритмов и других технологических приемов.

Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые осуществлено комплексное исследование теоретико-методологических проблем проектирования и внедрения управленческих технологий в систему средств массовой информации. Это способствовало выявлению специфики управленческих технологий в средствах массовой информации.

В процессе реализации основной цели и связанных с ней исследовательских задач, в диссертации были получены следующие, имеющие научную новизну, результаты:

– на основе выявления сущностных черт, признаков и содержания управленческих технологий как важнейших средств достижения целей и задач в средствах массовой информации, обосновано положение о том, что именно они позволяют создавать и поддерживать последовательность, согласованность, упорядоченность операций и методов целенаправленного воздействия на электорат;

– на основе раскрытия места и роли управленческих технологий в СМИ обосновано положение о том, что управленческая технология представляет собой развитый, целостно представляемый алгоритм оптимизации деятельности социально-информационного воздействия;

– на основе анализа вопросов правового обеспечения организационно-технологического процесса СМИ выявлена взаимосвязь управленческих технологий и правового регулирования деятельности СМИ;

– на основе анализа функций управленческих технологий показана их роль в формировании социально-информационного воздействия;

– на основе выявления специфики управленческих технологий в СМИ обосновано положение об управленческой технологии как эффективном средстве повышения уровня информированности широких слоев населения.

Положения, выносимые на защиту:

1. Социальные технологии представляют собой упорядоченную последовательность процессов управленческой деятельности, соответствующую совокупность навыков, методов, форм, приемов, направленных на трансформацию средств массовой информации. Они включают в себя деятельность по осуществлению проекта, оценке его эффективности, уточнению и корректировке исходных параметров. Сложный характер проблем организации социально-информационного воздействия, решение которых предполагает учет самых разнообразных факторов, обуславливает необходимость использования разрешающих возможностей управленческих технологий, обеспечивающих целостное сочетание различных методов.

2. Проектирование специфических управленческих технологий в СМИ призвано обеспечить накопление оптимальных способов организации и координации усилий различных степеней, звеньев и сотрудников в достижении первоначальных целей. При проектировании этих технологий, наряду с достижениями эргономики, организации труда, должны применяться важнейшие

общеметодологические принципы эффективности и оптимальности, целеполагания, системности, синергетический подход, принципы проблемности, надежности, инновационности и гуманизма.

3. Механизм управления средствами массовой информации только в том случае становится средством реализации целевых установок и функций, когда все функции работают в диалектическом единстве и пронизывают все направления и уровни общественных систем. Они могут быть мощным орудием преобразования общества.

4. Основными направлениями разработки и внедрения управленческих технологий в СМИ являются организация системы управления этими средствами, процессы выработки и принятия управленческих решений, охватывающие своим содержанием наиболее значимые стороны управленческой деятельности, от качественных свойств которых зависит эффективность достижения цели.

5. Управленческие технологии органично связаны с правовым регулированием. С одной стороны, они инициируют изменения в правовом регулировании организационных механизмов, а с другой – возможность управленческих технологий выполнять присущие им функции и достигать свои цели зависит от соответствующего правового обеспечения и сопровождения. Управленческие технологии не редуцируемы к законам и иным правовым актам, диапазон их действия значительно шире и предполагает необходимость структурных и функциональных изменений, обуславливающих потребность уточнения, изменения или принятия норм, закрепляющих новый статус СМИ и порядок ее деятельности. Достоверность полученных результатов, их обоснованность и надежность подтверждаются использованием методологии комплексного подхода к исследованию феномена управленческих технологий; обобщением и введением в научный оборот новых теоретических и эмпирических материалов, связанных с вопросами проектирования и внедрения управленческих технологий в практику управления СМИ; анализом законодательных актов, регулирующих деятельность СМИ.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования непосредственно связана с элементами его научной новизны. Сформулированные теоретические положения и практические выводы, полученные автором, способствуют расширению и углублению имеющихся в современной науке представлений о специфике управленческих технологий; осуществлению совершенствования социально-информационного воздействия в СМИ; повышению эффективности использования СМИ в интересах государственного воздействия; формированию и совершенствованию социально-информационной культуры различных категорий граждан.

Материалы диссертации также могут быть использованы при подготовке учебных курсов по теории управления, теории организации, положены в основу спецкурса по соответствующей проблематике для студентов высших учебных заведений.

Апробация работы. Основные теоретические и практические положения и выводы диссертации обсуждены на заседании кафедры «Социологии, психологии и педагогики» Московского государственного технологического университета «Станкин», в докладах автора на методологических и аспирантских семинарах кафедры, а также на конференциях, конгрессах и круглых столах. Материалы диссертации использованы в публикациях автора.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, библиографии и приложений.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность проблемы, анализируется состояние ее научной разработанности, раскрываются методологические основы, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, формулируются гипотеза и положения, выносимые на защиту, показываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе - «Особенности средств массовой информации и их место в современной социологии управления» - анализируются теоретические и методологические проблемы исследуемого вопроса: история становления и развития СМИ.

В первом параграфе «История становления и развития СМИ: специфические особенности и общие характеристики» показана роль, которую играют печать, телевидение и радио в жизни общества, породила потребность в научной терминологии, которая позволяет выделить специфические особенности каждого вида СМИ и найти общие характеристики, дающие возможность судить об их взаимосвязи.

Новейшее явление в сфере средств массовой информации - мировая компьютерная сеть "INTERNET" - получает все большее распространение в России. Возможности "INTERNET" по распространению информации значительно выше, чем у других СМИ. Во-первых, через "INTERNET" распространяются в электронном виде все виды информационной продукции: печатная, видео и аудио. Во-вторых, скорость передачи информации чрезвычайно высока - за считанные секунды можно передать сообщение в любую точку земного шара. В-третьих, одну и ту же информационную страницу (сайт) могут одновременно читать неограниченное число пользователей. Высокие, прежде всего информационные, технологии станут движущей силой развития бизнеса в глобальном масштабе.

Средства массовой информации - это особая система специфических общественных институтов государства, имеющих целью социальную ориентацию населения путем формирования общественного мнения и воздействия на сознание и поведение людей путем распространения целенаправленной информации по массовым каналам связи. Средства массовой информации многофункциональны. В функциях, как известно, аккумулируются главные задачи средств массовой информации, важнейшие направления их деятельности. Важнейшие

из них - политическая, идеологическая, социального контроля и управления, воспитания, информации, распространения научных знаний и культурных ценностей.

Эффективность информационных технологий связана в первую очередь с тем, что, будучи наиболее «интеллектуальными», они в той же мере наиболее эффективно воздействуют непосредственно на сознание человека. Благодаря им появилась возможность быстро и дешево формировать нужный тип сознания. Человек или даже целое общество, сознание которого трансформировано потоками современной информации, находится в состоянии своего рода энтузиазма и способно демонстрировать значительно более высокий результат. Вторая проблема связана с первой - для достижения политического результата достаточно сформировать нужный тип сознания менее чем у 20% населения, составляющих элиту общества, которая влияет на принятие решений и служит примером для подражания. Активные усилия в этом направлении способны достаточно прочно изолировать элиту от основной массы населения и создать в обществе внутреннее противоречие между элитой и народом. Более того, отделившись от народа, элита начинает воспринимать только идеи, соответствующие ее установкам.

Современный человек живет в отрицательном информационном поле. Его преследуют плохие новости. И дело не только в общественно-политической ситуации, но и в самих принципах работы с фактами, событиями, их отбора и подачи на страницах печати и с экрана телевидения. По природе своего труда журналист, чтобы привлечь внимание к событию, должен его заострить и драматизировать. Работа сегодняшних российских средств массовой информации опирается на западную теорию журналистики, которая утверждает: хорошая новость - это не новость; новость - это то, что задевает человека за больное. Западные СМИ исходят из ситуации стабильного, равнодушного человека, обывателя, которого можно затронуть только методом болевого синдрома, и соз-

дают определенную «отобранную реальность». В результате возникает ложная картина мира, в которой преобладают опасность, угроза. В ее изображении мир открывается трагичным и неприглядным. И эмоциональная палитра у человека складывается из страха, ужаса, обид, разочарований, чувства непосредственной угрозы, опасности, недоумения, бессилия и, наконец, зависти - ее провоцируют скандальные рассказы из жизни сильных мира сего. В результате суммирования отрицательных воздействий возникает мнительно-тревожный тип личности - агрессивный или безразлично-агрессивный. Это сопровождается торможением нравственной, интеллектуальной, творческой активности человека; замедляется или даже пресекается его личностный рост и формирование независимой индивидуальности.

Прежде в нашем обществе господствовало утопическое сознание, и оно насаждалось средствами массовой информации, к которым в те времена сложилось абсолютное доверие: раз написано, показано - значит правильно.

Воздействие средств массовой информации приобретает в современных условиях особый интерес. Печать радио, кино и телевидение несут большое количество сведений, опираясь на которые люди могут формировать свои суждения. Фактически только СМИ «под силу» с максимально возможной оперативностью поставить в центр внимания различных социальных групп и слоев отдельного региона или страны в целом проблему, вызывающую интерес. А такое качество СМИ, как регулярность распространения сообщений, повторяемость материалов, способствует возникновению стабильного общественного мнения.

Во втором параграфе «Классификация способов массово-коммуникативного воздействия» подчеркивается, что массовая коммуникация представляет собой один из массовых современных процессов производства информации, ее передачи средствами прессы, радио, телевидения, глобальной системы INTERNET и общения людей осуществляющегося с помощью технических средств. Быстрое индустриальное развитие, сопровождающееся урбанизацией

(в том числе скоплением в городах огромных масс людей, оказавшихся вырванными из своего привычного окружения), сделало несостоятельными прежние способы социальных взаимосвязей, потребовало новой формы общения.

Гипертрофированное влияние, например, телевидения на массовое сознание выразилось в образовании «телевизионного электората» (когда люди голосуют, по существу, не за программу той или иной партии, а за телевизионный имидж претендентов). Уже по своим возможностям средства массовой коммуникации (в особенности телевидение и радио) - это орудие всемирного, повсеместного и непрерывного воздействия на человека и общество, и их развитие, естественно, идет в направлении все большего использования этих возможностей, стимулируясь пониманием того, что в политической борьбе выигрышным оказывается положение тех, кто дальше продвинулся на этом пути.

Понятие массово-коммуникативной системы включает в себя также: путь сообщения (железнодорожная, воздушная, водная коммуникация), форму связи (телеграф, радио, телефон), акт общения, т.е. связь между двумя и более индивидами, основанная на взаимопонимании, сообщение информации одним лицом другому или ряду лиц. Как показывает исследование автора, массово-коммуникативная система представляет собой динамичную, саморегулирующуюся систему. В определенных параметрах, не выходящих за пределы ограничений системы, она может целенаправленно воздействовать на условия своего функционирования, влиять на компоненты среды с целью улучшения условий борьбы с преступностью. В ситуациях, когда реакции среды имеют дезорганизующий, возбуждающий характер и начинают превышать допустимые пределы, воздействие на нее становится необходимым.

В настоящее время в силу изменившейся идеологической и политической парадигмы содержание форм деятельности российских массовых коммуникаций изменилось. Агитацию, пропаганду и контрпропаганду стали незаслуженно относить к формам так называемой политической коммуникации по причине

того, что их реализация через призмы различных противоборствующих идеологий является очевидной.

Любое воздействие, имеющее своей целью изменение поведения объекта в нужном для субъекта направлении, даже если оно совершается во благо объекта, но без его согласия, выступает как манипулятивное. Главная его особенность не в том, что оно не учитывает интересов объекта воздействия, а в том, что оно осуществляется исключительно в интересах субъекта, для реализации которых могут быть применимы различные методы, в том числе и психологическое воздействие на объект с целью подчинения его поведения поставленным субъектом целям.

Манипулирование в деятельности массовой коммуникации есть способ управления поведением массовой аудитории, осуществляемый посредством формирования общественного мнения. Однако это управление не носит характер абсолютного, как, например, административно-правовое, предполагающее абсолютное подчинение граждан принятым актам по регулированию поведения. Манипулятивное воздействие на общественное мнение включает в себя две стороны: агитацию и пропаганду, которые распространяются практически на все формы массово-коммуникативной деятельности, включая рекламу и ПР, как коммуникативные формы, существующие в условиях экономической и политической полисубъектности и плюрализма.

Массовая информация является средством актуализации как пропаганды, так и внушения, однако для пропаганды информация есть способ передачи смыслов, в то время как для внушения — это способ воздействия на восприятие этих смыслов. Пропаганда ориентирована на изменение и формирование социальных процессов в целом, в то время как внушение является индивидуальным психическим процессом. Взятая со стороны источника информации, пропаганда может быть «белой» — в ситуации, когда источник информации очевиден, «серой» — когда источник информации не очевиден, а также «черной» — когда

информация одного источника подается от имени другого. В видимости «черная» пропаганда часто имеет вид «белой», ибо источник информации кажется очевидным и именно таким, который имеет наибольшую степень доверия у массовой аудитории. Это обстоятельство является причиной того, что результаты «черной» пропаганды бывают более эффективны, нежели любые другие.

Для распыления и лишения смысла информации применяется такая техника, как сенсационность. Быстро чередующиеся сенсационные сообщения, часто сделанные с места событий, мешают составлению оценок и суждений. Такие интенсивно применяющиеся техники формируют у человека ощущение неспособности самостоятельно разобраться в происходящих сложных событиях и приводят его в состояние пассивности и инертности. В такой ситуации у потребителя информации снижается психологический уровень защиты и критичности, что способствует повышению уровня внушаемости, необходимой для внедрения в сознание людей рекламируемых и пропагандируемых ценностей.

В третьем параграфе «Основные характеристики государственного воздействия на современные российские СМИ» подчеркивается, что СМИ заняли свою ячейку в системе государственного управления и играют немалую роль в функционировании государства. Они представляют собой необходимый инструмент демократического развития государства и в современных условиях общественно-политическая система не в состоянии без них функционировать. Содействуя нормальному функционированию демократического государства, СМИ тем самым стимулируют его дальнейшее развитие, создавая оптимальные условия для деятельности государства.

Общее у СМИ и государства заключается прежде всего в том, что их главная задача состоит в упрочении существующей социально-политической системы. Но СМИ не наделены государственно-властными полномочиями, не являются государственными органами и представляют собой систему учреждений двух форм собственности: государственной и частной, что не мешает им

участвовать в подготовке и принятии важнейших государственных решений как на уровне законодательной, так и исполнительной власти, оказывая влияние на последующее их осуществление.

В последние десятилетия СМИ претерпели существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, электронных текстовых коммуникационных систем, индивидуальных средств накопления и печатания информации.

Кроме этого изменилось и качество передаваемой информации. Из полностью подконтрольных СМИ перешли в новое состояние. Сегодня они находятся, с одной стороны, под покровительством исполнительной власти и влиятельных финансовых групп, с другой – наращивают объем свободы слова.

Независимость СМИ могут обеспечить соответствующие формы их общественной организации. Существуют три главные формы современной организации средств массовой информации: частная (коммерческая), государственная и общественно-правовая. Для государственных средств массовой информации характерна их принадлежность к государству, их прямой контроль и финансирование со стороны последнего. Отличительная черта данной формы – независимость СМИ от частного капитала, подконтрольность парламенту и правительству.

Деятельность СМИ урегулирована нормами права и строится на основе Конституции РФ и ее субъектов, Федеральных законов РФ «Об информации, информатизации и защите информации», «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», Закона РФ «О средствах массовой информации», Указе Президента РФ «О совершенствовании телерадиовещания в Российской Федерации» и других нормативно-правовых актах, определяющих структуру и принципы деятельности СМИ, их взаимоотношения с другими органами в сфере государственного управления.

Формируя сознание и волю общества, воздействуя на политику государства, СМИ тем самым, влияют на формирование права, на правотворческий процесс в целом. В более конкретном плане СМИ мобилизуют общественность для поддержки или, наоборот, для противодействия принятию конкретных законов.

При определении роли СМИ и государства, а также характера их взаимодействия необходимо учитывать те колоссальные изменения, которые происходят в жизни общества под воздействием глобализации. Частью этого процесса, одним из важнейших факторов его развития является повышение роли информации, возможность ее влияния на все сферы жизнедеятельности человека: так называемая информационная революция. Информация открывает невиданные возможности для повышения материального и культурного уровня людей, но вместе с тем и таит в себе серьезные опасности, поскольку основанное на ней общество становится весьма уязвимым. Кардинальная задача состоит в том, чтобы создать условия для использования открывшихся возможностей в созидательных целях и вместе с тем не допустить попадания СМИ в зависимость от частного капитала или государственных органов.

В настоящее время органы, осуществляющие государственное управление в сфере информации, рассматривают информацию, распространяемую через INTERNET, как аналог систем телетекста и видеотекста, тем самым выводя ее за рамки понятия «средства массовой информации».

Российское законодательство допускает ограничения права на информацию там, где могут быть нарушены другие права. Поэтому вполне возможно ввести критерии допустимости распространения информации с тем, чтобы защитить другие права человека и гражданина. И административно-правовое регулирование общественных отношений в области информации и процессе взаимодействия ОВД со СМИ осуществляется путем установления определенных ограничений свободы массовой информации; обеспечения ограничений правовыми рамками свободы массовой информации и ее ограничений от злоупотреблений и ущемлений, а также путем установления ответственности.

Во второй главе «Основные управленческие технологии и их особенности в современных российских СМИ» рассматриваются сущность, структура, признаки управленческих технологий, а также вопросы переработки сообщений СМИ и их использование для социально-информационного воздействия.

В первом параграфе «Технология переработки сообщений СМИ и их использование для социально-информационного воздействия» показано, что анализ основных научных положений, обуславливающих возможности устойчивого информационного воздействия на население, позволили выявить и обосновать технологию использования СМИ основу которой составляет поэтапная переработка и использование населением всех уровней сообщений, передаваемых средствами массовой информации.

В демократическом обществе исключительно важную роль играет общественное мнение, которое является важнейшим институтом и в то же время инструментом гражданского общества. Это также весьма эффективный способ выражения коренных интересов различных социальных групп, их воздействия на управление общественной системой. По мнению многих исследователей, общества, которую общественное мнение представляет собой четвертую власть необоснованно отдают средствам массовой информации, представляющим не четвертую власть, а лишь одно из ее средств и проявлений.

Появление нового товара, услуги или вида деятельности должно сопровождаться своеобразным их представлением общественности, которое придает гражданскую легитимность этим явлениям. Для успешного функционирования гражданского общества необходимы специально организованные подсистемы связей с органами государственного управления и местного самоуправления, а также предприятиями и организациями, производящими и реализующими различные товары и услуги.

Классификацию технологий СМИ можно представить следующим образом:

- политические как средство осуществления политики (например, избирательные технологии);
- персональные, направленные на формирование индивидуального имиджа (политика, менеджера, ученого, предпринимателя и т. п.);
- товарные, направленные на формирование привлекательного образа товара или услуги в целях продвижения их на рынке;
- технологии взаимодействия (связей с общественностью), направленные на установление позитивных взаимоотношений с окружающим сообществом;
- технологии формирования и продвижения имиджа, предназначенные для создания определенных образов и оперирования ими в средствах массовой информации
- имиджмейкерские, направленные на формирование позитивного образа личности, группы, общности или общества в целом
- информационные, объединяющие в себе весь технологический комплекс получения, обработки и использования информации в процессе формирования позитивного имиджа (воздействие на информационное пространство, создание баз данных, технологии изучения и формирования общественного мнения и т. п.);
- психологические, объединяющие совокупность приемов обеспечения эффективного психологического воздействия (технологии мотивации, внушения, заражения, привлечения и удержания внимания аудитории и т. п.);
- технологии сегментации аудитории с ее подразделением на специфические группы для осуществления особых информационных воздействий;

Первый этап разработки технологии СМИ начинается с определения ее целей и задач. Они должны быть реалистичными. Формулируемая цель определяется возможностями субъекта, осуществляющего связь с общественностью. При этом речь идет не только о его финансовых возможностях, но и об интел-

лектуальном потенциале, фактических качествах и т. п. После этого нужно дать развернутую характеристику ситуации, коммуникации, а также выявить основные факторы и направления ее изменения. Это дает возможность сформулировать четкие задачи технологии, которые следует постоянно уточнять и конкретизировать.

Следующий этап разработки технологии СМИ заключается в определении программы информационной деятельности по реализации ранее сформулированных задач и целей. Под программу создают или учреждают специальную организационную структуру для ее реализации. Работа этой структуры включает в себя несколько технологических фаз: исследование, накопление и анализ информации, выработку необходимых действий, их проверку, коррекцию и выполнение. Этот этап, по сути дела, представляет собой циклический процесс, ибо каждый раз для реализации того или иного программного компонента нужно выполнять эти действия.

Технологии СМИ имеют несколько весьма важных особенностей. Во-первых, они основаны на аналитической деятельности, прежде всего на ситуационном анализе. Технологии СМИ, как правило, "вырастают" из возникшей проблемной ситуации, должны разрешать ее и соответствовать ей. Во-вторых, технологии СМИ имеют значительный творческий компонент, который выражается в нестандартности подходов, обусловленных многообразием и неповторимостью возможных социальных ситуаций. Без творческого начала нельзя разработать ни одну технологию СМИ, а попытки применения уже готовых технологий без достаточно серьезного их обоснования довольно часто приводят к неудачам. В-третьих, технологии СМИ принято считать гибкими, поскольку они постоянно изменяют и перестраивают свою структуру, чтобы более оперативно реагировать на изменения окружающей среды и появление новых возможностей.

Во втором параграфе «Управленческие технологии: сущность, структура, признаки» раскрываются сущность, структура и признаки управленческих технологий.

Управленческая технология — это определенный набор средств и методов, посредством которых осуществляется целенаправленное управляющее воздействие на социальную систему для поддержания ее качественной специфики, оптимального режима функционирования и желаемого развития. Управленческая технология включает в себя совокупность методов и средств сбора и обработки информации, приемов эффективного воздействия на работников, принципов, законов и закономерностей организации и управления, а также систему контроля.

Управленческие технологии в нашей стране развивались преимущественно в сфере административно-государственного управления. Ныне в условиях становления рыночной экономики и развития демократических основ жизнедеятельности общества формируются новые предпосылки и условия для технологизации сферы отечественного управления.

В диссертации отмечается, что управленческая сфера (в сравнении с другими сферами общественной жизни) — самая технологизированная в современном обществе. В этой связи в качестве оснований наиболее общей классификации управленческих технологий целесообразно использовать особенности объектов и субъектов управления, специфику механизмов управления, виды организационных структур управления, степень охвата элементов управленческого цикла, особенности стиля управленческой деятельности; типологию процесса управления, а также этапы его технологизации: 1) формулировка целей и определение задач; 2) разработка и принятие управленческих решений; 3) реализация управленческих решений; 4) организация контроля и корректировка управляющих воздействий. Такая структура определяет основное содержание технологий управления.

В этой связи все технологии управления можно подразделить на два вида: общие (целостные) и специальные (частные).

В рамках одной крупной социальной системы можно применять различные технологии управления или их сочетание.

В целом, управленческие процессы в различных подсистемах общественной жизни, в том числе в СМИ, имеют много общих черт, поскольку управление - это, прежде всего, воздействие на людей. Именно поэтому апробированные технологии требуют особого внимания при исследовании проблемы проектирования и внедрения социальных технологий. Кроме того, следует учитывать, что продуманная разработка технологий первоначально начиналась именно в сфере управления и только потом распространилась на другие виды человеческой деятельности.

Технологии являются такими алгоритмами организации управления, которые задают процедуру разрешения проблем, возникающих в процессе реализации базовых функций социальных систем: целевой (рассогласование между формальной и неформальной организациями), интеграционной (возникновение противоречий, конфликтов между интересами объекта и субъекта управления), адаптационной (неспособность организации и ее субъектов приспосабливаться к изменяющимся условиям социальной среды); мотивационной (проблемы в обеспечении определенного запаса мотиваций как накопителя и источника необходимой для действия системы социальной энергии).

В третьем параграфе «Организационные технологии как разновидность управленческих технологий» показано, что наряду с управленческими технологиями сегодня активно разрабатываются организационные технологии, являющиеся в определенной мере разновидностью первых, но не в полном смысле этого слова. Понимание сути организационной технологии возможно с уточнения понятий, и, прежде всего, основного - организация.

Рассмотрение технологий как методов и методик рационального и результативного целенаправленного воздействия на СМИ требует учета того факта, что само воздействие осуществляется в конкретных условиях, а его реализация - через специфические институты и организации. Рассмотрение технологий через призму проблем организации позволяет понять следующее.

Сам факт активности СМИ позволяет говорить о них как организациях, являющихся не только коллективными субъектами целедостижения, подсистемой средств регуляции поведения, упорядочения действий отдельных индивидов и групп в СМИ, но и инструментами решения социальных проблем. В этом смысле для любых СМИ принципиально важно знать, как реализовать свою целевую функцию максимально коротким, экономичным и эффективным образом. То есть, технология предстает в виде конкретного способа достижения организационных целей, решения тех или иных задач, возникающих в режиме функционирования СМИ.

В структуре организационной деятельности в СМИ выделяются:

- уточнение цели и задач;
- планирование процесса организации;
- ресурсное обеспечение организационного процесса;
- побуждение (мотивация и стимулирование) потенциальных участников организации к взаимодействию;
- контроль и оценка результатов деятельности.

Главное в проектировании организационных технологий - разработка организационной процедуры, организационной схемы, представляющей собой развернутую модель будущей организационной системы и процедуры ее формирования. В указанном смысле понятие организационной технологии близко по значению понятию «организационное проектирование», но не совпадает с ним полностью. В отечественной и зарубежной литературе достаточно досконально изучены особенности организационного проектирования. Их суть сво-

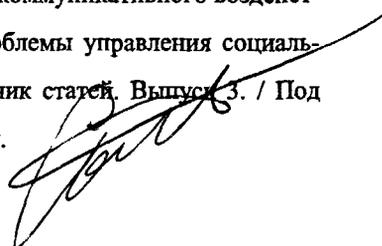
даться к необходимости научно обоснованного формирования организационных структур управления, широкому использованию принципов и методов проектирования организации управления на основе системного подхода.

Между тем, организационное проектирование, как и любое другое проектирование — это лишь создание прототипа, прообраза предполагаемого субъекта, состояния; конструирование вариантов оптимального с точки зрения целей будущего состояния объекта; моделирование предполагаемых действий до их осуществления, пока не появится полная уверенность в конечном результате. Организационная же технология, как упорядоченная во времени и пространстве последовательность процессов организационной деятельности, совокупность навыков, методов, приемов, направленных на трансформацию в данном случае правоохранительных организаций, включает в себя не только проектную деятельность, но и деятельность по осуществлению проекта, оценке его эффективности, уточнению и корректировке исходных параметров.

В заключении подводятся основные итоги исследования, дается оценка специфике управленческих технологий в средствах массовой информации; предлагаются конкретные меры по совершенствованию организационно-управленческой деятельности СМИ. Указывается, что организационные технологии отражают утверждение в управлении СМИ конструктивного подхода, делающего акцент на алгоритмических аспектах (алгоритмах решений); позволяют анализировать события; выявлять зависимости между процессами; вскрывать новые закономерности в СМИ; осуществлять их ситуативную интерпретацию; идентифицировать проблемы, подлежащие первоочередному решению; определять необходимые затраты; разрабатывать конкретные организационно-управленческие мероприятия по реализации проектов. В связи с этим разработка и внедрение управленческих технологий в практику управления СМИ может быть признана в качестве одного из важнейших направлений научных исследований, направленных на обоснование и конструирование вариантов оптималь-

ного организационного состояния СМИ, выработку соответствующих параметров их развития и функционирования.

Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:

1. «Организационные технологии в управлении современными средствами массовой информации» - Проблемы управления социальными и технологическими процессами. М., Станкин, 2005 г. 0,8 п.л.
 2. «Сущность и структура управленческих технологий» - Социологические и философские проблемы духовной и технологической среды. М., Станкин, 2004 г., 1 п.л.
 3. «INTERNET как один из способов массового коммуникативного воздействия: социально-управленческий аспект» - Проблемы управления социальными и технологическими процессами. Сборник статей. Выпуск 3. / Под ред. Кирилловой Е.А. – М.: Янус-К, 2004 , 1 п.л.
- 

**Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

Салапат Сергей Александрович

**СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ
В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Лицензия на издательскую деятельность ЛР №01741 от 11.05.2000
Подписано в печать 19.09.2005. Формат 60x90^{1/8}
Уч.изд. л. 1,5. Тираж 100 экз. Заказ № 146

Отпечатано в Издательском Центре МГТУ «СТАНКИН»
103055, Москва, Вадковский пер., д.3а

№18240

РНБ Русский фонд

2006-4

16984