

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**В.Д. ПОПОВ**

**ПАРАДИГМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ  
ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

**Лекции**



УДК 070 (075.8)

ББК 76.0

П 57

**Попов В.Д.**

П 57           Парадигмы исследования информационных процессов:  
Лекции. – М.: Изд-во РАГС, 2010. – 60 с.

Лекции Владимира Дмитриевича Попова – доктора философских наук, профессора, заслуженного деятеля науки Российской Федерации – посвящены проблемам исследования информационного общества в современном мире.

Автор подробно рассматривает теорию и методологию социальной информатиологии, раскрывает парадигмальные подходы в исследовании информационной политики, дает сущностные характеристики информационного общества и называет пути его развития.

Материалы лекции предназначены студентам и аспирантам, обучающимся по специальности «Информационная политика», а также будут полезны всем, кто интересуется развитием информационного общества.

УДК 070 (075.8)

ББК 76.0

© Попов В.Д., 2008

© Издательство РАГС, 2008

## Лекция 1

### ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 года № Пр-212, утвержденной Президентом России, поставлена задача «повышения эффективности государственного управления и местного самоуправления, взаимодействия гражданского общества и бизнеса с органами государственной власти», «обеспечение гарантированного доступа к информации»<sup>1</sup>. Одним из средств решения этих задач является информационная политика. Речь идет о развитии цивилизации, «управляемой разумом», когда строится «мощная, исторически невиданная система богатства», где «много скрывается в тени» и когда «революционное богатство» создается на основе информации и знаний<sup>2</sup>. Образуются параллельные экономики, видимые и невидимые, реальные и виртуальные миры, коммуникативные и информационные процессы. Информационная политика – это искусство управления этими процессами.

В этой связи актуализируется проблема научного осмысления законов формирования и функционирования социальной информации и теоретического осмысления процессов развития информационного общества в плане повышения эффективности государственного управления в условиях перехода от индустриального общества к постиндустриальному.

Информационная политика есть гуманитарный инструментальный построения информационного общества. Поэтому ее исследование требует новых подходов в методологии и теории социального познания. В данном случае речь пойдет о методологии новой науки – социальной информациологии, создающей инновационный прорыв в очеловечивании всей информационной сферы.

Известно, что любая новая отрасль научного знания нуждается в разработке теоретико-методологической основы (основ), иначе ей будет трудно утвердиться и бороться за свое признание.

---

<sup>1</sup> Российская газета. 2008. 16 февраля.

<sup>2</sup> См.: Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство. М., 2008. С. 6–7.

## 1. Информация. Методология. Теория. Политика

Синтез двух категорий – «теория» и «методология» формирует фундамент любой отрасли знаний. Методология (от *метод* и *...логия*) – направление в науке, разрабатывающее методы исследования. Теория – это процесс и результат применения методологии.

Более правильно говорить о методолого-теоретических, а не о теоретико-методологических основах, поскольку методология есть в сущности база для «теории», а не наоборот. «Методология – тип рационально-рефлексивного сознания, направленный на изучение, совершенствование и конструирование методов»<sup>1</sup>. Она включает в себя методологические представления и концепции различного уровня и широты охвата (общенаучная, философская методология, методология междисциплинарного уровня, методология частных наук). В настоящее время активно разрабатываются методологические концепции, связанные с отдельными видами деятельности. Одним из таких актуализированных видов деятельности является коммуникативно-информационный, формирующий новое общество – информационное. Поэтому возникает проблема разработки методов конструирования методологических принципов новых наук, для нас – *социальной информатиологии*, одним из основных объектов которой является информационная политика.

Классики доказали, что нет ничего практичнее, чем хорошая теория. «Теория – это «комплекс взглядов, представлений, идей, направленных на истолкование и объяснение какого-либо явления, самая развитая форма организации научного знания, дающая целостное представление о закономерностях и существенных связях определенной области действительности – объекта данной теории»<sup>2</sup>.

Методология формирует логику научного исследования. Она развивается в формулировании классических, неклассических, постнеклассических методов исследования, часто в творческом развитии одной научной концепции и отрицании другой: материализма и идеализма, модернизма и постмодернизма,

---

<sup>1</sup> Новая философская энциклопедия: В 4 т. Т. 2. М., 2001. С. 533.

<sup>2</sup> Там же. С. 42–43.

структурализма и постструктурализма, позитивизма и неопозитивизма и др.<sup>1</sup>

В исследованиях информационного общества, информационной политики мы опираемся не на отрицание одной методологии другой, а на те аспекты каждой из них, что позволяют с разных сторон вскрыть сущностные особенности исследуемого объекта. Например, в наших исследованиях применяется как позитивизм, так и неопозитивизм. При позитивизме логическими критериями является научное формулирование проблемы и теоретических методов ее изучения, а затем с обязательным доказательством их верифицируемости (неверифицируемости). Неопозитивизм же на первый план ставит «опыт как метод», «эмпирический базис»<sup>2</sup>, а затем и его последующий теоретический анализ. В каждом из этих направлений важно получение в конечном счете научного результата. Если это достигается, то и позитивизм, и неопозитивизм входят в философскую базу методологии данной науки.

Итак, *методология* включает в себя разработку подходов, методов, принципов исследования на концептуальном, парадигмальном уровнях. *Теория*, применяя данный научный арсенал и прилагая его к объекту, к определенным явлениям, процессам, видам деятельности и отношений, дает систему научных идей, взглядов, представлений, но *главное* – *открывает и описывает законы*, дает классификацию, типологию, объяснительные схемы исследуемого объекта и *формирует предмет той или иной науки*. В этом заключается синтез методологии и теории, а следовательно, методолого-теоретических основ той или иной отрасли знания или разрабатываемой исследователем проблемы (в диссертационных и прочих научных трудах).

### ***1.1. Методология социальной информатиологии***

Каждая наука имеет наряду с общим свой методологический аппарат. Он обусловлен спецификой своего объекта, в данном случае – информационной политикой.

---

<sup>1</sup> См.: История философии: Энциклопедия. Минск, 2001.

<sup>2</sup> См.: *Поппер К.* Логика научного исследования. М., 2004. С. 36–37, 46–52.

Социальная информациология опирается на специфический для нее информационный подход в познании практики<sup>1</sup> и информациологическую парадигму<sup>2</sup>. На уровне методологии она включает в себя два основных метода: 1) социально-информациологический; 2) социокоммуникативный. Эти методы были апробированы в процессе научной и учебной деятельности кафедры информационной политики РАГС<sup>3</sup> и в результате получили общественное научное признание. При этом мы вводим различие между общей и социальной информациологией. Первая изучает законы, процессы возникновения, производства (открытия), распространения и потребления любой информации: физической, химической, космической и т. д. Вторая изучает процессы, отношения, законы производства, распространения и потребления социальной информации, т. е., *во-первых*, информации о социуме, обществе, его связях с природой, космосом. Она включает в себя виды информации: экономическую, политическую, правовую, экологическую, историческую, религиозную и другие. *Во-вторых*, в содержании социальной информации мы выделяем по критерию субъектности: массовую, служебную, журналистскую; по критерию предметности: событийную, научную, прогностическую и т. д.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> «Информационный подход» разрабатывался в конце прошлого века отечественными философами: А.Д. Урсулом, В.С. Готтом, Э.П. Семенюком и др. См.: *Готт В.С., Семенюк Э.П., Урсул А.Д.* Социальная роль информации. М., 1987; *Семенюк Э.П.* Информационный подход к познанию действительности. Киев, 1988.

<sup>2</sup> См.: *Юзвизин И.И.* Основы информациологии. М., 2000.

<sup>3</sup> См.: *Попов В.Д.* Информациология и информационная политика. М., 2001, 2003, 2005; *Шевченко А.В.* Информационная устойчивость политической системы. М., 2004; *Маркелов К.В.* Информационная политика и общественный идеал. М., 2004; *Воробьев В.В.* Менеджмент в социальной информациологии. М., 2005; *Силкин В.В.* Влияние пространства политической коммуникации на процессы модернизации государственного управления. М., 2006; *Фролов Д.Б.* Информационное пространство в сфере геополитических отношений. М., 2006; *Арапова Н.П.* Социально-информациологический подход в теории информационных войн. М., 2007.

<sup>4</sup> Социальная информациология: Словарь. М., 2006.

В процессе производства, распространения и потребления социальной информации формируется в качестве вида информационно-коммуникативная деятельность. В результате ее развития складываются соответствующие отношения. Они образуют особый вид общественных отношений – *информационно-коммуникативные отношения*.

Структура информационно-коммуникативных отношений в обществе является объектом социальной информатиологии. Ее предмет – состояния коммуникативных связей, тенденции, механизмы, законы развития данных отношений<sup>1</sup>.

Средства массовой информации и массовой коммуникации (СМИ и МК) – один из важнейших субъектов развития данных отношений и средств информационной политики. Коммуникативно-информационные отношения в современном мире – это не только субъект-объектные, но и субъект-субъектные отношения. Развитие связей между ними осуществляется системой субъектов, среди них – во многом журналистикой, как социальным институтом и как видом творчества. В результате происходит субъективизация средствами массмедиа объективных отношений. Она может быть истинной, искаженной, виртуальной, ложной.

Действительно, «современный мир сложен, многообразен и динамичен. Он противоречив, но взаимозависим и во многом целостен. Его динамика и целостность проявляются, прежде всего, в развитии общественных отношений, углублений общения (коммуникации) и разветвлении информационных связей»<sup>2</sup>. Адекватно им должны развиваться методология и теория, единство методологического творчества наряду с развитием журналистики как творчества. К тому же творчество журналистов – это тоже вид общественной деятельности и соответствующих отношений.

Назрела необходимость переходить в исследованиях информации и коммуникации, в деятельности СМИ и МК от дискуссии о важности междисциплинарного подхода к его реализа-

---

<sup>1</sup> См.: *Попов В.Д.* Социальная информатиология и журналистика: Учебное пособие. М., 2007.

<sup>2</sup> *Олешко В.* Журналистика как творчество. Екатеринбург, 2002. С. 7.

ции на более широкой и фундаментальной основе, чем классическая теория журналистики.

Социальная информациология как наука, изучающая систему коммуникативно-информационных отношений в качестве относительно самостоятельного вида общественных отношений, опирается, прежде всего, на междисциплинарный подход, но вместе с тем имеет и свои специфические методологические подходы.

### ***1.2. Политология и социальная информациология***

Среди методологических подходов базовым является *философский*, в особенности *философско-политологический*. Но особый акцент делается на исследовании атрибутивных и функциональных свойств социальной информациологии, ее роли во взаимодействии общественного бытия и общественного сознания. Здесь особое значение имеет категория «парадигма», описывающая совокупность применяемых методов исследований данной проблемы. На парадигмах исследования информационной политики, как одного из основных объектов социальной информациологии, мы подробнее остановимся ниже. Вначале же подчеркнем важнейший фундаментальный принцип: *любая гуманитарная наука может развиваться на основе философско-методологического основания*. Вместе с тем классики не раз отмечали, что многие новые идеи, открытия рождаются на стыке наук. Для исследования информационной политики как искусства управления такой тонкой, чувствительной, сложной сферой, как сознание и психика социума, на первый план выходит философско-политологический подход – философия политики. Она позволяет: 1) вскрыть глубинные причинно-следственные связи в системе политико-информационных отношений; 2) дать анализ процессов воздействия информации на общественное сознание; 3) раскрыть потенциал информационной политики как системы средств, приемов, методов; 4) оценить эффективность управления информационной сферой.

*Философско-политологический* подход наиболее активно применяется для исследования потенциала субъектов информационной политики в контексте политического управления информационными процессами и отношениями на основе познания



объективных законов их развития в целях формирования зрелого политического сознания, развитой политической культуры и активного политического поведения. При этом используются методологические подходы исследования политического бытия, бытия власти, принципы политической антропологии, методы политической праксиологии (теории политического действия), политической эпистемологии, политики как разновидности духовного производства<sup>1</sup>, но обязательно с включением в их основание, в их объект и предмет исследования базовых категорий социальной информациологии – «коммуникации» и «информации». Информация и коммуникация лежат в основе политического управления, развития «демократии и социального контроля масс», «программирования политического поведения», механизмов «управления общественными связями», «разрешения противоречия между неототалитаризмом и обществом подлинной демократии»<sup>2</sup>.

Исходной, базовой единицей анализа, или монадой формирования теории социальной информациологии является *факт бытия*, затем – его отражение в общественном сознании. В данном случае – факт политического бытия. Факт бытия имеет свойства монады. *Монада* (от греч. *μοναδα* – единица, единое) – понятие, используемое для обозначения фундаментальных элементов бытия. В массмедиа отражаются и факты бытия, и факты общественного сознания (т. е. отражение отраженного). Поэтому мы выделяем: 1) социальную информацию в широком смысле как результат отражения в различных формах фактов общественного бытия и общественного сознания; 2) социальную информацию в более узком (функциональном, медийном) плане как процесс и результат передачи циркулирования отраженного и взаимоотраженного многообразия жизни социума посредством коммуникации, системы массмедиа.

В прикладном плане философско-политологический подход применим при исследовании *причинно-следственных связей* в формировании политического сознания, политической культуры,

---

<sup>1</sup> См.: Панарин А.С. Философия политики. М., 1996.

<sup>2</sup> См.: Макаревич Э.Ф., Карпунин О.И., Луков В.А. Социальный контроль масс. М., 2007. С. 406–424.

с одной стороны, в зависимости от состояния политического бытия, а с другой – от содержания действующей в обществе системы политической коммуникации, политической информации и политической журналистики.

С политико-философским подходом органично связан «метод социологии» Э. Дюркгейма, где базовой единицей социологического анализа выступает «социальный факт». *«Социальным фактом является всякий образ действий, резко определенный или нет, но способный оказывать на индивида внешнее принуждение, или иначе: распространенный на всем протяжении данного общества, но имеющий в то же время свое собственное существование...»*<sup>1</sup>.

На наш взгляд, данное определение социального факта соответствует теории внутренней и внешней флуктуации, отражает то состояние общественного бытия, которое создает общезначимые для социума идеи, взгляды, принципы и т. д., т. е. те факты, которые формируют содержание общественного сознания. Именно этот подход объединяет социологию управления в данной науке и управления общественными отношениями в политологии. Управление же коммуникативно-информационными отношениями – прерогатива в социальной информაციологии.

В условиях сильной дифференциации социальной структуры общества важно выявлять такой социально-политический факт (по Дюркгейму) и изучать, как он и в каких формах сознания отражается различными социальными группами, и есть ли при этом предпосылки к достижению консенсуса между ними в целях обеспечения политической стабильности и устойчивости политической системы.

В прикладном плане важны осуществление операционального анализа основных понятий (политического сознания, политической коммуникации и т. д.), интерпретация эмпирических результатов исследований в целях верификации. Власти, обществу нужна не только количественная картина общественного мнения, исследуемая социологией и описываемая в СМИ, но и необходим качественный анализ, исследование причинно-следственных связей между социальным, политическим фактом и его отражением

---

<sup>1</sup> Дюркгейм Э. Метод социологии // Информационная политика: Хрестоматия. М., 2007. С. 142.

в сознании населения и содержательной, аксиологической и др. интерпретацией в СМИ.

При этом мы исходим из сущности «политики», ее структуры, институтов функционирования. В качестве обобщающего определения авторами учебников по политологии предлагается следующее: «политика – особый вид межгрупповых отношений, связанный с использованием большими группами людей институтов публичной власти для реализации их жизненно важных интересов»<sup>1</sup>. Информационная политика в данном контексте – особый вид межгрупповых отношений, основанных на коммуникации и обмене информацией и связанных с использованием институтов власти для реализации людьми своих жизненно важных интересов. Получается, что информационная политика – это искусство управления властью межгрупповыми отношениями в обществе на основе коммуникации и информации.

### ***1.3. Феномен информационной власти***

Доминирующим феноменом в политике является власть. В экономической жизни – экономическая власть, в политической – политическая власть, в духовной жизни – духовная власть и т. д. В последнее время политология справедливо выделяет в особый вид власти *информационную власть*, которая «все больше вторгается во все сферы общественных отношений, приобретая в некоторых случаях самодавляющее значение»<sup>2</sup>. Т. е. информационная власть утверждается в своем политическом статусе в качестве относительно самостоятельного вида власти. Ее специфическая, онтологическая задача – грамотно на научной основе управлять информационными процессами, системой коммуникативно-информационных отношений.

Что такое *информационная власть*? Власть в общем, классическом смысле определяется как способность и возможность оказывать определяющее воздействие на деятельность и поведение людей с помощью каких-либо средств – воли, авторитета, права, насилия<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Политология: Учебник. Изд. перераб. и доп. / Под общ. ред. В.С. Комаровского. М., 2006. С. 20.

<sup>2</sup> Там же. С. 82.

<sup>3</sup> Большой энциклопедический словарь. М.; СПб., 2000.

В этом контексте и в условиях современной цивилизации *информационная власть есть способность и возможность оказывать определяющее воздействие на сознание, поведение, деятельность людей с помощью информации и коммуникации.*

Однако с позиции неклассической методологии в условиях информационной эпохи, демократизации власти и общества данное определение отражает лишь субъект-объектный подход, где субъекту принадлежит «определяющее воздействие» на людей, на население, ограниченных только свойствами объекта и практически лишенных субъектности. Поэтому наряду с субъект-объектными отношениями в системе информационной власти важно выделить ее субъект-субъектную составляющую. В результате информационная политика как система средств регулирования процессов взаимодействия между властью и народом обязана строиться не только (а лучше – вопреки) на механистической (субъект-объектной) модели политической коммуникации, но и на демократической – диалоговой, дискурсной модели. Существует еще смешанная – манипулятивная модель информационной политики, в которой могут присутствовать и механистические, и диалоговые технологии, истинные и виртуальные, даже ложные модели. И они формируют у людей соответствующие медиакоммуникативные эффекты и дефекты.

Политологическим ядром социальной информатиологии является политическая компонента коммуникативно-информационных отношений в системе субъектов информационной власти: 1) *государство – информационная политика – гражданское общество* и 2) *власть – массмедиа – народ.*

*Информационная политика* в этом смысле – это отношения людей, складывающиеся по поводу реализации данной власти между государством и гражданским обществом, массмедиа и народом. В коммуникативном плане действует прямая и опосредованная информационная власть. Прямая осуществляет непосредственное влияние субъекта на объект, политиков на население, скажем, при общении лицом к лицу государственных деятелей с населением. Опосредованная информационная власть – это в основном власть СМИ и МК, которая работает на заказ и по воле политической, государственной власти и власти экономиче-

ской элиты, частных медиахолдингов. Часто массмедиа выполняют роль посредника между хозяевами массмедиа и потребителями их информации, т. е. аудиторией. Разумеется, есть и самостоятельная медийная власть (или, как ее часто называют, «четвертая власть»), которая принадлежит в большей степени независимым массмедиа, в особенности когда хозяином, владельцем СМИ является редакционный коллектив, работающий по законам акционерного общества.

Но есть еще один вид (уровень) информационной власти. Согласно Конституции РФ основным источником власти в стране является народ. Следовательно, и основным источником информационной власти является народ. Данное положение реализуется, если народ способен влиять на информационную политику в стране. Это исходный пункт *информационной демократии*, народовластия. СМИ и МК в той степени обязаны служить власти, государству, элите, в какой степени государство и элита служат гражданскому обществу, народу. Это объективный закон, на требования которого опирается тот субъект власти, который заинтересован и обязан заниматься управлением информационной сферой в национальных интересах России.

Систему информационной власти схематично можно представить следующим образом (рис. 1):

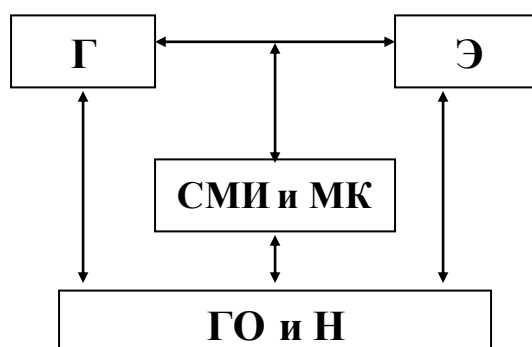


Рис. 1. Система информационной власти: Г – государство, его информационная власть; Э – элита, ее информационная власть; ГО и Н – гражданское общество и народ, их информационная власть; СМИ и МК – средства массовой информации и массовой коммуникации, их медийная власть

Связи в представленной системе осуществляются с помощью информационной политики государства. Она есть искусство управления политической коммуникацией. В результате складываются политико-информационные отношения в обществе. В информационном обществе – это система открытых отношений между ее субъектами и объектами. Государство – главный субъект, а народ – основной источник информационной власти. Поэтому содержание политической коммуникации между ними определяется характером, объемом, принципами информационной власти, действующими в данный момент между всеми ее субъектами. Специфической методологией исследования информационной власти, политико-информационных отношений являются методы политической информатиологии<sup>1</sup>.

Политика государства – «это, прежде всего, предложение обществу стратегии развития, моделей и проектов наиболее эффективного решения волнующих его проблем, убеждение общества в правильности выбранного курса. Политика – всегда диалог, поиск компромиссов, путей к достижению консенсуса»<sup>2</sup>. Следовательно, государство не может осуществлять свою политику без соответствующей политической коммуникации, без обмена политической информацией с народом, без учета общественного мнения. Одним из его институтов и средств осуществления диалога власти с народом является деятельность журналистского сообщества как социального института, более того – как института гражданского общества. Журналистика в этом смысле – одно из средств информационной власти и государства и народа, а значит и управления в интересах страны. Разумеется, реализуя при этом и свои корпоративные и личные интересы. Но главная их цель – реализация, защита национальных интересов России и формирование целостного информационного общества.

С позиции «управляемого и направляемого развития» и того объективного факта, что «бесцельных управлений не бывает», а «выработка стратегии» согласуется с «разработкой механизмов

---

<sup>1</sup> См.: Мухамедова Л.И. Политическая информатиология как отрасль научного знания: Лекция. М., 2007.

<sup>2</sup> Там же. С. 22–23.

ее реализации»<sup>1</sup>, информационная политика есть совокупность средств целенаправленного, сознательного управления системой коммуникативно-информационных отношений на основе познания объективных законов их развития. В этом суть информационной власти как искусства управления. Искусства потому, что здесь мы имеем дело с тонкой материей – сознанием и с прогрессом в развитии страны, с ее судьбой в XXI веке.

Для наглядности и понимания представим данную зависимость следующим образом (рис. 2).

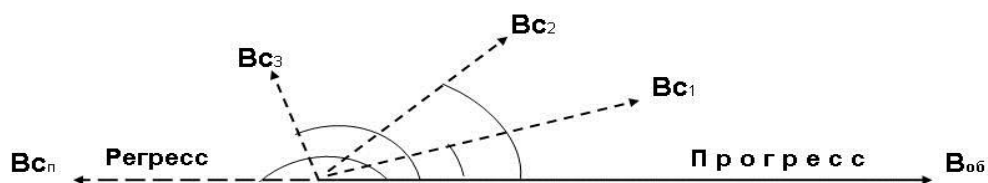


Рис. 2. Система коммуникативно-информационных отношений и управление ими:  $V_{об}$  – вектор объективного развития общественных коммуникативно-информационных отношений;  $V_{с1} – V_{сn}$  – векторы сознательного управления этими отношениями

Угол между векторами – это уровень или степень достижения идентичности «управляемого и направляемого», между сознательной деятельностью по управлению отношениями и требованиями объективных законов их развития. В этом состоит эффективность государственного управления с использованием потенциала информационной власти. Например, диалог, обращение к институту общественного мнения ведет к прогрессу. Манипуляция же общественным сознанием рано или поздно осознается

<sup>1</sup> См.: *Моисеев Н.Н.* Универсум. Информация. Общество. Гл. 15. Механизмы рационального общества // Информационное общество. Информационная политика: Хрестоматия. М., 2007. С. 224.

народом, и развитие отношений испытывает вначале регресс в виде стагнации, застоя и более регрессивных явлений.

Именно поэтому в арсенал методологии и теории социальной информатиологии мы включаем положения из научных трудов о познании социальных законов, о коммуникативной природе власти, о кодах власти и медийных кодах Н. Лумана, об основах коммуникативного действия Ю. Хабермаса, о законах производства социальной информации и социальной анонимии А. Панарина<sup>1</sup>. На стыке с социальной информатиологией находятся работы А. Соловьева о политической коммуникации и политических технологиях<sup>2</sup>, Л. Свитич о феномене «журнализма»<sup>3</sup>, серия трудов по теории массовой коммуникации<sup>4</sup>, а также вновь появившиеся публикации по обоснованию медиологии, коммуникативистике, особенно – по информационному менеджменту. Важно брать на вооружение теоретико-прикладные методы анализа коммуникативно-информационного взаимодействия власти и населения, в особенности выявления корреляции поднимаемых учеными проблем с информационной властью в современном обществе.

Исследование объективных и субъективных коммуникативно-информационных отношений обязывает в целях реализации научных, объективных подходов обращаться к философско-политологическим исследованиям информационной цивилиза-

---

<sup>1</sup> См.: Луман Н. Власть. М., 2001; *Он же*. Реальность массмедиа. М., 2005; *Он же*. Медиакоммуникации. М., 2005; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000.; *Он же*. Философский курс о модерне. М., 2003; Панарин А.С. Философия политики. М., 1996; и др.

<sup>2</sup> См.: Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. М., 2001; Политическая коммуникация: Учебное пособие для студентов вузов / Ю.Ю.Петрухин и др. / Под ред. А.И.Соловьева. М., 2004.

<sup>3</sup> См.: Свитич Л.Г. Феномен журнализма / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2000.

<sup>4</sup> См.: Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методы анализа и практика исследований. М., 2003; Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М., 2003; Основные теории коммуникации / Под ред. М.А. Василюка. М., 2003; Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург, 2002; и др.



ции, информационного общества и трансформации в них системы власти в целом и актуализации информационной власти<sup>1</sup>. Необходимость в этом возникает в условиях прогноза о «реорганизации времени», «распада общества потребления», «конце игры капитализма» и перехода к «наукоемкой экономике»<sup>2</sup>, или к «обществу знаний», «экономике знаний», интеллектуально емкому производству.

Информационная власть органически вписывается в «общество знаний», в информационное общество. Она коммуникативно связана не только с политической, но и с экономической властью, с управлением экономическими процессами и отношениями. Так, например, лауреат Нобелевской премии Дж. Стиглиц пишет об «асимметричной информации», примененной в экономике. А его основной тезис – «Проблемы информации занимают центральное место не только в теориях рыночной экономики, но и политической экономии <...> я рассматриваю несовершенство информации, относящейся к области политических процессов»<sup>3</sup> – обязывает к союзу социальной информатиологии с политической экономией, к обеспечению единства, взаимодействия информационной политики с политикой в области экономики, права, культуры, в социальной сфере.

И еще один важный методологический подход к анализу и построению системы власти. Наука сегодня выделяет два типа власти: «жесткую» и «мягкую». Американский профессор Дж. Най предпочтение отдает «мягкой власти» в отличие от «жесткой власти», в которой доминирует власть военная и экономическая и тем более «тяжелая власть» в авторитарной, тоталитарной, тиранической форме. Но «мягкая власть» не имеет ни-

---

<sup>1</sup> См.: *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти. М., 2001; *Абдеев Р.Ф.* Философия информационной цивилизации. М., 1994; *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000; *Мелюхин И.С.* Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М., 1999; и др.

<sup>2</sup> См.: *Тоффлер Э., Тоффлер Х.* Революционное богатство. М., 2007.

<sup>3</sup> *Стиглиц Дж.* Информация и смена парадигмы в экономической науке / Политикам об экономике: Лекции нобелевских лауреатов по экономике. М., 2005. С. 351.

чего общего, как доказывает Дж. Най, с «рыхлой», «слабой», «податливой», слабовольной властью.

«Мягкая власть» – это тот тип власти, который обусловлен «информационной революцией, самим объемом информации и ее ростом по экспоненте, а также скоростью и широтой распространения этой информации благодаря Интернету»<sup>1</sup>. Информационная власть объективно, по определению обязана быть очень гибкой, поскольку она имеет дело с самым сложным и утонченным объектом воздействия – с сознанием и психикой человека. Вместе с тем она не может быть слабой, она обязательно включает в себя политическую волю, но в рамках закона и демократических норм и с использованием силы информации.

Сегодня в «глобальный информационный век <...> информация – это власть и сила»<sup>2</sup>. Она выступает мощным средством «конвертации ресурсов», «распределения властных ресурсов в современную информационную эпоху». Эта власть, прежде всего, имеет коммуникативную природу, ибо «проистекает из привлечения людей», «базируется на способности придавать некую форму предпочтениям других», «лидированию на основе примера и привлечения других», строится на «комбинации побуждающих мотивов и привлечения»<sup>3</sup>. Гибкая власть – это основа, становой хребет повседневной демократической политики<sup>4</sup>.

В России на формирование гибкой власти направлена реализация таких проектов, как «Электронное правительство» и «Электронная Россия», а главное – проекта «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации». Но их результат в этом плане зависит от придания им не только инфраструктурного, но и *гуманитарного эффекта*. Практическим инструментом информационной власти является постоянный мониторинг общественного сознания, его учет при разработке и реализации политических решений, коррекции госу-

---

<sup>1</sup> Най Дж. Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. Новосибирск; М., 2006. С. 12.

<sup>2</sup> Там же. С. 25.

<sup>3</sup> См. там же. С. 28–31.

<sup>4</sup> Там же. С. 31.

дарственной информационной политики как средства управления обществом во имя национальных интересов России.

По поводу «гибкой власти» следует заметить, что она не такая уж безобидная для конкурентов на мировом информационном пространстве. Она реализуется в информационной политике государств, в которых немало противоречий и конфликтов. Информация сегодня – *это не только управленческая сила, но еще и грозное оружие, которое становится все более эффективным. Поэтому потенциал «гибкой власти» в нашем социально-информациологическом измерении – это и проблема обеспечения информационной безопасности страны.*

Таким образом, все общественные явления, описываемые в теоретическом плане коммуникацией и информацией, прямо или опосредованно входят в объект информационной политики. В результате она выступает средством управления. Но делается это на основе своей специфической методологии исследования. Прежде всего, это – социокоммуникативный и социально-информациологический подходы в их единстве и дополнении друг друга.

#### ***1.4. Методология социальной информатиологии***

*Социально-информациологический метод* (он может выступать и как метод, и как подход) включает в себя арсенал теоретических средств и практических приемов, направленных на изучение *преимущественно социальной информации*, ее субстратных свойств и функций, роли в системе субъект-объектных и субъект-субъектных отношений. Например, применение данного подхода может сыграть существенную роль в использовании потенциала социальной информации, массмедиа в борьбе с коррупцией и психопатологией, о чем убедительно написал в своих работах Г. Д. Лассуэл<sup>1</sup>. На это только должны решиться политическая и информационная власть, система СМИ и МК, институты гражданского общества (партии, профсоюзы, общественные организации).

---

<sup>1</sup> См.: Лассуэл Г. Д. Психопатология и политика. М., 2005; Рогоу А. А., Лассуэл Г. Д. Власть, коррупция и честность. М., 2005; Лассуэл Г. Д. Структура и функции коммуникации в обществе // Информационная политика: Хрестоматия. М., 2007.

*Социокоммуникативный* метод (подход) сосредотачивает внимание на изучение информационной политики с акцентуацией на *социальной коммуникации*. Например, в снятии проблем социальной дифференциации в обществе, установлении конструктивного диалога между властью и обществом, элитой и народом.

Осознав, что без социальной коммуникации не происходит обмен информацией, а без информации не бывает социальной коммуникации, важно иметь ввиду единство этих методов, которое образует более общий подход – «информационный»<sup>1</sup>. Или «информационный подход к познанию действительности» (Семенюк). С его позиции решаются такие проблемы как информационная идентичность власти, или действие коммуникативных механизмов (доверия, отчуждения и др.) в системе: *власть – СМИ – народ*. Или изучается коммуникация в другой системе: *элита – интеллигенция – массмедиа – народ* в контексте реализации государственной информационной политики. Особо здесь актуализируется разработка коммуникативного и информационного менеджмента. «Элитологические исследования»<sup>2</sup>, направленные на изучение тенденции, эволюции закона смены элит, причин их коммуникативного отчуждения от народа, тоже рассматриваются с позиции коммуникативной природы властвующих структур и качества обмена информацией. При построении в России демократического, социального, правового государства важен также историко-коммуникативный анализ различных систем власти<sup>3</sup> в плане выявления фундаментальных, суверенных ценностей народа, его исторической памяти.

Информационная политика как научно-учебное направление берет на вооружение данную методологию и описывает пробле-

---

<sup>1</sup> О социально-информациологическом и социокоммуникативном подходах и их единстве подробно см.: *Попов В.Д.* Социальная информатиология и журналистика: Учебное пособие. М., 2007.

<sup>2</sup> См.: *Элитологические исследования: Ежегодник / Отв. ред. А.В. Понеделков, А.М. Старостин.* Ростов-н/Д., 2005, 2006; *Гаман-Голутвина О.В.* Региональные элиты России: персональный состав и тенденции эволюции. М., 2005.

<sup>3</sup> См.: *Попов В.Д.* Полет птицы Феникс (историко-коммуникативный анализ системы власти). М., 2007.

мы и пути решения задач политического управления информационными общественными отношениями в стране, коммуникативными отношениями с другими странами, процессами, технологиями обеспечения информационной безопасности на основе познания законов социальной информации.

В результате применения методологии социальной информатиологии складывается теория и практика информационной политики, ядром которой является управление информационными процессами и отношениями на основе соответствующих парадигм их научного исследования. Они есть единство классической, неклассической и постнеклассической методологии, логики научного исследования в различных философских течениях: метафизике, антропологии, диалектике, социальной, политической и религиозной философии, в зарубежных и отечественных научных школах, в экзистенциальной и гуманистической философии и психологии, в социальной рефлексии и социокоммуникативном психоанализе, в новейших философско-методологических течениях: модернизме и постмодернизме, позитивизме и неопозитивизме и т. д. Все они входят в арсенал социальной информатиологии в той степени, в которой позволяют вскрыть закономерности в развитии общественных информационных отношений, оценить эффективность и сформулировать научные принципы формирования информационной политики в условиях реального и виртуального состояния общества.

### ***Контрольные вопросы и задания***

1. Дайте сущностные характеристики понятий «методология» и «теория».
2. Выделите особенности философско-политологического подхода в исследовании информационной политики.
3. Дайте объяснение, доказательство, что информационная политика есть средство и искусство управления.
4. Каковы объект, предмет и методы социальной информатиологии?
5. Охарактеризуйте специфику социально-информатиологического и социокоммуникативного подходов и их единство в исследовании информационной политики.

### *Список литературы*

- Информационная политика: Хрестоматия. М., 2007.  
*Луман Н.* Эволюция. М., 2005.  
*Най Д. С.* Гибкая власть. Новосибирск; М., 2006.  
Новая философская энциклопедия. М., 2001.  
*Панарин А.С.* Философия политики. М., 1996.  
Политология: Учебник / Под общ. ред. В.С. Комаровского.  
М., 2006.  
*Попов В.Д.* Социальная информациология и журналистика:  
Учебное пособие. М., 2007.  
Социальная информациология. Словарь. М., 2006.  
*Юзвизин И.И.* Основы информациологии. М., 2000.

## Лекция 2

### ПАРАДИГМАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ В ИССЛЕДОВАНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Известно, что особенности объекта исследования диктуют адекватные ему методы *парадигмы* научного исследования. Одна из важнейших стратегических целей информационной политики – *развитие информационного общества*. Адекватной данной цели должна разрабатываться на концептуальном парадигмальном уровне теория и практика информационной политики в контексте государственного управления информационной сферой. Теория в данном случае включает в себя применение научных, концептуальных принципов анализа состояния и принципов формирования информационной политики на субъект-объектном уровне, опирается на исходные, сущностные, атрибутивные черты и функциональные свойства информации и коммуникации. При этом важно определиться с единицей анализа всей системы коммуникативно-информационных отношений.

Заметим, что понятие «парадигма» было введено в философию для характеристики нормативности методологии Г. Бергманом. Стремясь построить теорию научных революций, известный методолог Т. Кун предложил систему понятий, среди которых важное место принадлежит понятию «парадигма». Это «признанные <...> научные достижения, которые в течение определенного времени дают модель постановки проблем и их решений...»<sup>1</sup>. В «Новой философской энциклопедии» «парадигма» – это теория или модель, конструкция постановки проблем, принятая в качестве способа решения последовательных задач. К примеру, выделяются доминирующие модели информационной политики: механистическая, манипулятивная, диалоговая и дискурсная. Но для более фундаментального исследования необходимо познание их «внутреннего» информационного процесса. В нем правомерно выделение взаимообусловленных этапов: 1) производство – распространение – потребление людьми социальной информации; 2) восприятие распространяемой информации – ее усвоение – переработка человеческим мозгом; 3) мотивация социального твор-

---

<sup>1</sup> Кун Т. Структура научных революций. М., 1975. С. 11.

чества как результат осознанной информации в процессе социальной, политической и медиакоммуникации.

Есть еще одна составляющая информационного процесса, развивающаяся на уровне глубинной психологии. Она включает в себя: 1) восприятие информации и 2) усвоение ее на уровне сознания с включением психологических механизмов сочувствия, сопереживания и переживания (эвристического, экзистенциального, творческого и т. д.) и погружение пережитой информации в область *бессознательного*. Это одно направление развития данного информационного процесса. Есть еще процесс и обратный, когда накопившаяся в бессознательном информация, преодолевая психологический механизм сопротивления в «социальном цензоре» (в перегородке «Сверх-Я»), выбрасывается, вытесняется в область психологии сознания и корректирует, деформирует его, задает вектор мотивации политического, социального поведения. Происходит это под воздействием социального, информационного раздражителя, резких изменений в социально-политической, природной среде (конфликты, войны, революции, землетрясения, наводнения и т.п.). Все вышеуказанные процессы развиваются на основе коммуникативных механизмов: вытеснения и сопротивления, доверия и отчуждения, сочувствия, сопереживания и равнодушия и других.

Для исследования данных информационных процессов и необходимы парадигмальные подходы. Применение той или иной парадигмы в решении исследовательских задач составляет содержание конкретного парадигмального подхода. Для решения нашей задачи мы обратились к *герменевтической, когнитивной, синергетической, немарковской, рефлексивной, мотивационной, психоаналитической* и другим парадигмам анализа информационных процессов и управления ими<sup>1</sup>. Затем на их основе были сформулированы научные принципы формирования государственной информационной политики.

Основа основ – *гносеология*. Это базовая в философии науки. А значит, базисная, объединяющая для всех применяемых

---

<sup>1</sup> Основная часть из этих парадигм была применена в работе: *Попов В.Д.* Информациология и информационная политика. М., 2001. Получила признание среди ученых и слушателей, аспирантов и докторантов РАГС и др. вузов.



в науке парадигм. Она фиксирует отражение фактов общественного бытия, результаты информационного подхода в познании социальной действительности. Она включает в себя онтологический, бытийственный уровень формирования социальной информации как результата отражения социальной практики. Единицей анализа здесь является не просто факт бытия, а социально значимый для общества факт, о чем мы уже писали выше. Важно исследовать механизмы отражения бытия в общественном сознании. При этом необходимо оценить степень участия в данном процессе СМИ и МК, как они интерпретируют факты бытия в текстовом содержании. Т. е. актуализируется проблема «реальности массмедиа» (Н. Луман). В процессе формирования общественного сознания результат складывается по двум линиям: 1) отражение общественного бытия и формирование соответствующего содержания социальной информации, которая усваивается/не усваивается сознанием социума; 2) интерпретация средствами массовой информации тех же фактов бытия и их воздействия на общественное сознание. Эти линии формирования и функционирования социальной информации в идеале должны совпадать, на практике они нередко расходятся. Поэтому в социальной информатологии ставится и решается проблема управления информационными процессами в контексте *идентичности* этих двух уровней (видов) социальной информации.

### ***2.1. Герменевтическая и когнитивная парадигмы***

Органично с гносеологической связана герменевтическая парадигма изучения социальной информации.

*Герменевтическая парадигма* – («герменевтика» от греч. *hermeneutike* – толкование) – направление в философии, в гуманитарных науках, в котором понимание рассматривается как условие (осмысление) социального бытия. В узком смысле – совокупность правил и техник истолкования текста. Существуют «исторические разновидности герменевтики»: перенос смысла в свой язык, «реконструкция – воспроизведение истинного смысла», «диалог» – формирование нового смысла<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> История философии: Энциклопедия. Минск, 2002. С. 240.

Герменевтическая парадигма в социальной информациологии направлена на изучение процесса осмысления, понимания людьми фактов социального бытия и отражения его в общественном сознании с помощью информационной политики. А также понимания тех же фактов, интерпретируемых в массмедиа. В узком смысле – применение совокупности правил и техник истолкования текстов журналистикой, в *PR*-технологиях, публичной политике; социально-политический, аксиологический анализ текстов в СМИ. Основной принцип в информационной политике – это воспроизведение истинного смысла в диалоге власти с народом с помощью медийной политики, когда они слушают, слышат и понимают друг друга, в результате диалога достигают воспроизведения истинного смысла жизни всего социума. Единицей анализа здесь выступает слово, а далее совокупность слов и главное – понимание их *смысла*.

Параллельно или в развитии гносеологической и герменевтической парадигм в последнее время активно разрабатывается философское направление – *эпистемология*, в том числе политическая<sup>1</sup>. Она имеет прямое отношение к исследованиям информационной политики, методологии социальной информациологии. «В политической эпистемологии находит свое специфическое преломление общая для всех социальных наук проблема соотношения между объяснением и пониманием»<sup>2</sup>. В данном случае между объясняющей информацией и ее пониманием. Поэтому правомерно, на наш взгляд, принять в качестве научно-аналитического направления в социальной информациологии *эпистемологическую*, в особенности *политико-эпистемологическую* парадигму, позволяющую исследовать соотношение между политической коммуникацией, политической информацией, политическим знанием и пониманием политической реальности и реальности виртуальной, производимой массмедиа. Анализ здесь смещается на понимание, т. е. *пониманию истинного смысла информации, скажем, транслируемой средствами массовой информации*.

---

<sup>1</sup> Митрошенков О.А. Политическая эпистемология. М., 2004.

<sup>2</sup> Панарин А.С. Философия политики. М., 1996. С. 9.

*Когнитивная парадигма* в социальной информатиологии формируется на основе органического единства, с одной стороны, с герменевтикой, эпистемологией, а с другой – с когнитивной психологией, теорией социальной перцепции. В когнитивной психологии центральным является вопрос об организации знания (а значит, и информации) в памяти субъекта, о соотношении вербальных и образных компонентов в процессах запоминания и мышления. Учитывая, что знание – это осмысленная, обобщенная, общественно значимая информация, возникает необходимость приложить положения когнитивной теории к проблемам социальной перцепции, социального мышления, сформировавшимся вследствие гуманитарных эффектов информационной революции.

Социальная перцепция (от лат. *perception* – восприятие и *socialis* – общественный) – *восприятие, понимание, оценка* людьми других людей, групп, социальных общностей и в них самих себя. Данные феномены встроены в социальную коммуникацию. В данном измерении актуальной является проблема восприятия/не восприятия социальной, политической, экономической, журналистской и другой информации, обеспечивающей единство общностей в процессе взаимодействия власти, СМИ и общества. Это обязывает исследовать информационную, коммуникативную, медийную политику посредством анализа таких психологических механизмов, как суггестия (внушение), ощущение, самочувствие, самодостоинство, внушение, подражание, заражение, убеждение, саморефлексия, идентификация, трансфер и другие.

Единицей анализа в данной парадигме является, на наш взгляд, *перцептивный образ* как результат отражения, восприятия, внушения преимуществ того или иного факта, явления, политического лидера при непосредственном воздействии на сознание и психику информационных раздражителей (жизненных событий, публикации в СМИ, выступлении политиков перед аудиторией). Одним из таких образов является имидж (лидера, политика, региона, фирмы и т. д.). Различают перцептивный образ: реальный или виртуальный иллюзорный, истинный или ложный и т. д. Поэтому и данная парадигма позволяет исследовать

проблему единства социально-бытийственной и медийной идентичности в плане управления информационными процессами. Для того чтобы управлять ими, необходимо: а) понимание управляющими, государственными служащими, субъектами власти закономерностей информационных процессов и отношений; б) понимание и осмысление массами распространяемой информации, умение понять других.

В плане теории социальной перцепции является необходимым применение при анализе эффективности информационной политики методов социального, коммуникативного и политического психоанализа, где проблема восприятия, усвоения, переосмысления, оценки информации решается на уровне не только сознания, но и бессознательного, передающейся по каналам сенсорного и субсенсорного восприятия<sup>1</sup>. В практическом плане важно изучение причинно-следственных связей в цепи: *менталитет, глубинная психология – содержание медийной информации – состояние социальной психики и общественного сознания.*

## **2.2. Специфика и единство синергетической и немарковской парадигм**

*Синергетическая парадигма.* Синергетика – это междисциплинарное направление научных исследований, ставящее своей основной задачей познание закономерностей и принципов, лежащих в основе процесса *самоорганизации* в системах природных и социальных. В нашем случае в основе лежит самоорганизация информационной политики: в редакционных коллективах, медиахолдингах, в среде публичных политиков, представителей власти, а главное – в самом народе, как базисном, основополагающем субъекте информационной демократии. Синергетическая парадигма описывается такими явлениями, феноменами, свойствами, как «аттрактор» (влекущий, притягивающий, объединяющий вокруг себя элемент системы), «хаос и порядок», «открытые системы», «диссипация» (рассеивание), «флуктуации» (коле-

---

<sup>1</sup> См. подробно: *Попов В.Д.* Тайны информационной политики (социокоммуникативный психоанализ информационных процессов). 2-е изд., перераб. и доп. М., 2006.

бания), «бифуркации» (раздвоение, искрение, вспышки), «распады бифуркации», «случайность», «необратимость» и др.<sup>1</sup>

Многие из этих состояний пережиты народом, общественным сознанием и социальной психикой, медийным сообществом и интеллигенцией, журналистикой в 90-е годы XX столетия. В плане единства управления и самоуправления в информационной политике важно иметь «супермедиа» (Н. Луман), т. е. медийного аттрактора в виде, скажем, государственного СМИ, влекущего, притягивающего к себе массового читателя, слушателя, зрителя, верящего ему и видящего в нем основного защитника их интересов. В нем работает самый честный, высокопрофессиональный, высокооплачиваемый коллектив. Такие супермедиа как средство информационной власти – пример для подражания для всей системы СМИ и критерии их рефлексивной самооценки (можно сказать, что в советское время эту роль выполняла газета «Правда»).

При исследовании информационной политики, обозначении критериев ее эффективности, мы исходим из принципов коммуникативного единства: внутренней и внешней информационной флуктуации, самоорганизации и организации, саморегулирования и регулирования, самоуправления и управления. Им должно соответствовать законодательство о деятельности СМИ, обеспечение свободы слова и ответственности за слово. В прикладном плане важно применение данной парадигмы при оценке эффективности информационного менеджмента, управления информационными процессами с учетом объективной необходимости «о направляемом развитии социальных и социально-экономических систем» (Н. Моисеев). В нашем случае – коммуникативно-информационной системы, как компоненты более общих социальных и политических систем. И здесь важен «синергично-информационный подход к государственному управлению» и, прежде всего, выстраиванию политики «государства в отношениях с гражданским обществом»<sup>2</sup>. В соци-

---

<sup>1</sup> См.: *Делокаров К.Х., Демидов Ф.Д.* В поисках новой парадигмы. М., 1999; *Егоров В.С.* Рационализм и синергетизм. М., 1997; *Хакен Г.* Синергетика. М., 1980; *Он же.* Информация и самоорганизация. М., 1991.

<sup>2</sup> *Романов В.А.* Социальная самоорганизация и государственность / Информационная политика: Хрестоматия. М., 2007. С. 177.

альной информатиологии – это синергично-информационный подход к государственному управлению информационными отношениями в интересах гражданского общества.

Тактика этих отношений во многом зависит от социально-синергетического качества, реализации «Я-концепции синергетической парадигмы», достижения гомеостаза в информационной политике, в системе информационно-политических отношений<sup>1</sup>. Медиакоммуникации выступают здесь фактором направляемого развития этих отношений на основе познания объективных законов их формирования и функционирования. Важно при этом прогнозировать резонансные, диссонансные всплески в политической коммуникации и достигать консонансного состояния в обсуждении дискурсных (общезначимых) проблем, сводя к минимуму или оптимуму административный контроль над СМИ и МК.

Для этого необходимо достижение идентичности между нормами закона о СМИ, информационного права и требованиями познанных объективных законов. Особенно законов нравственных, основы которых выражаются в моральных нормах, принципах поведения людей в семье, общине, общности, социальной группе, в составе суперэтнуса – российского народа. Эти моральные принципы всегда являлись, как свидетельствует история народов России, важнейшим саморегулятором их жизнедеятельности. Задача массмедиа не осуждать, а возрождать, восстанавливать верховенство нравственности в пропаганде качества жизни россиян.

*Немарковская парадигма*, так же как и синергетика, постулирует принцип самоорганизации внутри структур и между структурами. Но главное, она утверждает господство принципа связи между прошлым, настоящим и будущим в природных, социальных системах; в их настоящем состоянии и будущем развитии объективно проявляет себя «предыстория», «память о прошлом», «отпечаток прошлого»<sup>2</sup>. Известен афоризм: «Кто стреляет

---

<sup>1</sup> См.: Шевченко А.В. Информационная устойчивость политической системы. М., 2004. С. 69–91.

<sup>2</sup> Азроянц Э.А., Харитонов А.С., Шелепин Л.А. Немарковские процессы как новая парадигма // Вопросы философии. 1999. № 4. С. 120.

в свое прошлое, тот стреляет в свое будущее». И российское: «Иваны, родства не помнящие».

В социальной информатиологии немарковская парадигма обязывает применять *историко-коммуникативный подход*, позволяющий вскрыть проявление коммуникативной природы власти, ее информационного потенциала, информационных ресурсов на различных исторических этапах развития российского государства с проекцией в будущее. Главное – она дает историческую картину развития элементов народной демократии, институтов гражданского общества, позволяет анализировать коммуникативные и информационные факторы развития политической, государственной системы, политической самоорганизации и активности масс, опираясь на исторический опыт и извлекая из него уроки. Она подводит нас к пониманию необходимости исторического воспитания средствами массмедиа, информационной политики.

Единицей анализа в данной парадигме является «отпечаток прошлого» и конкретно – *след в исторической памяти народа*. В прикладном плане важно исследовать проблему исторической идентичности, т. е. установить, насколько содержание СМИ и МК, учебников по истории отвечает законам объективной связи прошлого, настоящего и будущего страны, преемственности поколений, исторической истине фактов бытия. Систему *власть – СМИ – народ* следует анализировать в контексте истинного толкования смысла фактов нашей истории. Массмедийные тексты, сопровождаемые самоунижением прошлого страны, ее народа, формируют в новой истории, у новых поколений комплекс неполноценности и негативный имидж собственной страны. Формируют в глазах собственного социума и в мировом информационном пространстве, поэтому требуется концептуальное обоснование перехода на гуманистическую, оптимистическую (но реальную), конструктивную информационную политику, но с памятью о прошлом диктате над СМИ и его исторических последствиях для СССР. В этом заключен важнейший потенциал эффективного управления процессом формирования информационного пространства страны, общественного сознания.

### **2.3. Рефлексология и социальная информациология в управлении обществом**

Для более углубленного понимания потенциала информационной политики как искусства государственного (и негосударственного) управления обществом в эпоху информационной цивилизации важно опираться на рефлексивную, психоаналитическую и мотивационную парадигмы.

*Рефлексивная парадигма* (рефлексивное управление) применяется при анализе взаимного отражения субъектами на уровне коммуникативной гносеологии и рефлексологии информационных отношений в следующих направлениях: 1) сам субъект, каков он есть в действительности (т. е. объективированный его образ в общественном сознании); 2) сам субъект, каким он видит самого себя в результате самоанализа, саморефлексии; 3) субъект, каким он видится другому и как он сам видит других. Данная парадигма направлена на анализ потенциала информационной политики в осознании ее субъектов (власти, СМИ и МК, народа) *самих себя и себя среди других*, в защите национальных интересов России в контексте эффективного взаимодействия государства и гражданского общества, представления в массмедиа внутренней и внешней политики страны.

В концептуальном, информационно-аналитическом плане мы опираемся на положение о том, что «человека можно рассматривать как временную материально-информационную структуру, образующую относительные «системы отсчета» для сравнения с другими «системами отсчета» на условиях и в пределах возможности человеческого сознания»<sup>1</sup>. С позиции социальной информациологии важно представление образа советского, российского человека в «системе отсчета» собственных СМИ и зарубежных. Если мы не уважаем самих себя, то почему нас должны уважать другие? Каждый из нас может лишиться сочувствия и помощи от других. От кровавых сериалов на телевидении гипертрофируется боль и переживание за смерть человека. В информационной политике заложен огромный гумани-

---

<sup>1</sup> Дельгадо Х. Мозг и сознание. М., 1971. С. 18.



стический, нравственный потенциал воспитания личности. Только надо его задействовать.

Для разработки данной парадигмы, входящей в методологический арсенал социальной информатиологии, важен ее союз, синтез, конвергенция с психологической рефлексией (В. Лефевр и др.), «рефлексологией человека», в особенности «коллективной рефлексологией» академика В.М. Бехтерева, с теорией психоанализа<sup>1</sup>. Дело в том, что «коллективная рефлексология <...> показывает <...> как проявляется эта деятельность (т. е. деятельность коллектива. – В.П.) в том случае, если образуется социальное объединение между несколькими (двумя, тремя и большим числом) индивидами, и в какой мере особенности этой соотносительной деятельности зависят от характера социальной связи, устанавливаемой между отдельными индивидами»<sup>2</sup>. Данный концепт показывает роль социальной коммуникации для формирования этнических, социальных общностей, целостной социальной структуры российского суперэтноса, которая, конечно же, не осуществляется для обмена информацией. Коллективная рефлексология применима и к редакционным коллективам, к управленческим командам в государственном и частном секторах информационного пространства.

В прикладном плане важно изучение относительной тождественности, идентичности между самосознанием многочисленных этносов России, особенностями их национального характера, культуры, глубинной психологии и состоянием этнической журналистики. Это один вектор исследований. Другой направлен на оценку *идентичности между этнической журналистикой, региональной информационной политикой и общенациональными интересами России*. Целостное информационное пространство страны строится на коммуникативном соответствии, на идентичности и целостности федеральной, региональной, муниципальной информационной и коммуникативной политики.

---

<sup>1</sup> См.: Бехтерев В. Общие основы рефлексологии человека. Л., 1926; Он же. Коллективная рефлексология. Пг., 1921.

<sup>2</sup> Бехтерев В.М. Коллективная рефлексология. Пг., 1921. С. 24.

Рефлексивная парадигма, как и другие представленные выше, в той или иной степени обращается к проявлениям российского бессознательного, глубинной психологии народов России и российского суперэтноса, его национального характера, которые истинно или извращенно представляются в СМИ, особенно зарубежными. Поэтому необходимо особо выделить *психоаналитическую парадигму* с позиции социального и коммуникативного психоанализа.

Суть данной парадигмы кратко можно выразить теоретическими положениями, сформулированными в трудах основоположника рефлексологии академика В.М. Бехтерева. Исследуя «общественные взаимоотношения между людьми» и «все сложнейшие соотношения с окружающей средой», он выделяет «сознательные», или «подотчетные» рефлексы и «бессознательные», или «неподотчетные» рефлексы и «высшие рефлексы», или «сочетательные», в плане единства биологического и социального<sup>1</sup>.

Основную позицию академика можно выразить его тезисом: познание «психического мира <...> состоит не из сознательного только, но и бессознательного», более того, «бессознательные процессы <...> более значительные, нежели сознательные»<sup>2</sup>. При его изучении «особое значение приобретают словесные и письменные знаки, играющие роль символов. В сущности каждое слово, будучи знаком, связывается либо с внешним, либо с внутренним раздражителем, либо с тем и другим состоянием <...> Благодаря этому каждое слово получает способность действующего агента»<sup>3</sup>. В плане управления человека самим собой, выстраивания защиты от информационного терроризма важно включать механизм сублимации – переключение внимания, активности с одного вида информации на другой, смена вида деятельности, увлечения.

В исследовании информационных процессов важно опираться на психологию народов В. Вунда, психологию толп Г. Лебона, психоанализ З. Фрейда, социальный психоанализ К. Юнга,

---

<sup>1</sup> См.: *Бехтерев В.* Общие основы рефлексологии человека. С. 81, 93.

<sup>2</sup> Там же. С. 56.

<sup>3</sup> Там же. С. 161.

Э. Фромма, гуманистическую психологию Л. Бинсвангера и др., особенно – на появившийся в XX веке феномен «информационной толпы» С. Московичи и выделенные В. Налимовым в культуре народа, в его бессознательном четыре «медиатора»: знак, слово, символ, миф. В этом контексте правомерна постановка проблемы о *глубинном, ментальном, бессознательном слое информации*, который включает в себя: архетипы, мифы, символы, традиции, обычаи, нравы, фундаментальные ценности народной культуры. На уровне сознания они находят свое отражение в пословицах, поговорках, народном фольклоре, сказаниях, легендах и т.п.

В связи с этим перед социальной информაციологией встает задача исследования проблемы единства ментальной и информационной идентичности, и ее учет в управлении информационными процессами, в формировании концепции информационной политики. Т. е. важно изучение степени соответствия современной информационной, массмедийной политики ментальной, глубинной информации, заложенной в бессознательном, в исторической памяти народа. Примером учета ментальной идентичности в политике можно назвать победу в публичных дискуссиях инициаторов утверждения гимна, герба и флага в качестве символов российской государственности.

Часто встает вопрос: как, какими методами надо изучать российское бессознательное? Из сказанного выше следует: изучать слова в качестве агента бессознательного, когда они в аффектном состоянии человека автоматически врываются в его сознание и произносятся. Можно изучать бессознательное с помощью фокус-группы, методом включенного наблюдения за людьми, находящимися в состоянии повышенного эмоционального состояния на митинге, в толпе, в семье, в коллективе, в общественном транспорте. Изучать состояния переживания, стресса, радости или горя, автоматизированного поведения. Применим метод глубинного интервью и т. д. Со всей очевидностью бессознательное проявляет себя в экстремальных ситуациях: пожар, наводнение, конфликт, война, революция. Оправдали себя методы изучения глубинной психологии, разработанные Л. Гумилёвым, В. Франклом, метод «Пентограммы» и другие<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Попов В.Д. Тайны информационной политики. С. 89–99.

Следует учитывать, что в спокойное время бессознательное спит или накапливает свои знания.

Для социально-информациологического исследования единства ментальной и информационной идентичности вполне доступно изучение глубинной психологии, особенностей характера того или иного этноса, совокупности этносов, суперэтноса и сопоставление этого слоя информации с содержанием современной информационной политики, содержанием основных СМИ и МК, выступлением публичных политиков, телевизионных политтехнологов, пресс-секретарей, PR-агентов и т. д. Важно также изучение особенностей народной культуры и соотнесение ее с информационной культурой массмедиа.

*Историческая память* изучается социологией, историей, этнографией, культурологией. При этом единицей анализа является *след в сознании*. Он есть результат пережитых событий: войны, революции, реформы, потрясения, моменты взрыва положительных эмоций (первая любовь, большая удача, озарение, прозрение, состояние эйфории, общественное признание, героизация поступка, «звездная болезнь» и т.п.). След в памяти опять же сопоставляется с тем, что человек видит в кино, слушает по радио, видит на телеэкране, читает в прессе, книгах, познает о состоянии экономики от политиков, сравнивая ее с личными доходами, и делает свой вывод (чаще он остается латентной информацией). На наш взгляд, его следует учитывать при оценке рейтингов СМИ и рейтингов политиков. Осознанная, пережитая, отрефлексированная людьми информация формирует у них диспозицию, мотивацию социального поведения.

*Мотивационная парадигма* исследует управление информационными процессами на уровне мотивации, иначе назовем ее мотивационным управлением информационной сферой, предметнее – управлением коммуникативно-информационными отношениями.

В данном случае изучается заключительный этап информационного процесса – мотивации социального поведения на основе усвоенной, переработанной людьми информации посредством социально-политической и медиакоммуникации в системе: *власть – информационная политика – народ*.

Данная парадигма включает в себя общие, основные методы мотивационной теории социально-экономического менеджмента<sup>1</sup>. Вместе с тем в социальной информатиологии она имеет свои особенности, вытекающие из специфики ее объекта, и реализуется в теории и практике информационного менеджмента<sup>2</sup>. Кроме того, наука выделяет коммуникативный и медийный, редакционный менеджмент. Их развитие обусловлено новой реальностью – ролью массмедиа в условиях информационной революции, новыми подходами в изучении «символически генерализированных медиакommunikаций»<sup>3</sup>. И, конечно же, объективным процессом формирования информационной политики государств.

В изучении информационной политики как искусства управления большое значение имеет познание причин, механизмов политической и социальной мотивации ее субъектов. Например, изучение реакции людей и властей на аналитические, критические материалы в СМИ. Или оценка степени действия механизма отчуждения при игнорировании журналистами интересов народа, аналитических оценок их деятельности со стороны ученых, писателей, деятелей культуры. Когда критика в массмедиа никем не учитывается, то в результате падает рейтинг доверия и к СМИ, и к власти. Позитивная же их мотивация может формироваться при развитии открытого, доверительного диалога между властью и обществом с помощью массмедиа.

Мотивационная парадигма есть часть общей теории управления информационными процессами, обеспечивающего осознание социальной информации и на ее основе выбор способа преобразования действительности. Мотивация здесь есть результат оценки политической ситуации, системы предлагаемых стиму-

---

<sup>1</sup> См.: *Захаров Н.И.* Мотивационное управление в социально-экономических системах. М., 2000.

<sup>2</sup> См.: *Воробьев В.В.* Информационный менеджмент в социальной информатиологии. М., 2006.

<sup>3</sup> См.: *Луман Н.* Медиа коммуникации. М., 2005. С. 152–241; см. также: *Луман Н.* Реальность массмедиа. М., 2005; *Назаров М.М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2003.

лов, корректировки социальной деятельности на основе информации и коммуникации с целью достижения необходимой активности масс посредством согласования потребностей, интересов, норм поведения всего социума.

В основе такого управления лежит «информационная потребность»; ее роль проявляется в механизме, выраженном в формуле коммуникативного бихевиоризма:

$$\text{Ип} \longrightarrow \text{Ии} \longrightarrow \text{С} \longrightarrow \text{Р} \longrightarrow \text{М} \longrightarrow \text{П}$$

где: Ип – информационная потребность (как объективный факт социального бытия); Ии – информационный интерес (как осознанная потребность); С – стимул (заинтересованность/незаинтересованность, осознанность, неосознанность информации, как отражения бытия и распространяемой информации в СМИ и МК); Р – реакция на стимул на уровне сознания; М – мотив поведения, деятельности (адекватный или неадекватный информационной потребности); П – поведение, деятельность (результат мотивации).

Это классический бихевиористский подход, применяемый в различных науках. Однако современный психический и информационный миры (в особенности – виртуальный мир) не могут ограничиваться только классическим подходом, т. е. изучением мотивации лишь на уровне сознания. Неклассическая методология основывается на необихевиоризме, когда реакция на стимул оценивается и на уровне бессознательного, т. е. с расшифровкой «черного ящика», где кроме осознанной информации записана информация глубинного, ментального характера в сфере подсознательного и бессознательного. На Западе уже давно изучается и учитывается на практике мотивация экономического поведения (в экономической психологии) с учетом действия коммуникативных механизмов, обеспечивающих перетекание информации из бессознательного в сознательное, и наоборот. Исследуются и латентные мотивы социально-экономического поведения людей, исходящие от бессознательной, глубинной, латентной информации.

В.А. Лекторский убедительно показал с позиции неклассической эпистемологии, какое значение имеет бессознательное в

мотивации поведения людей. Он отмечает, что отношение к З. Фрейду (и к психоанализу вообще) в современной России довольно странно, тогда как «проникновение в область бессознательного имеет определенное сходство с истолкованием мотивов действий человека, т. е. с герменевтическим анализом»<sup>1</sup>. Последний, как известно, имеет дело с изучением сознания. Но в определении мотивов поведения людей под воздействием бессознательного применима некоторая научная аналогия и логика. Бессознательное действует «причинным образом (я совершаю действие не потому, что сознательно хотел его совершить, а потому, что меня толкает на это мой бессознательный импульс)»<sup>2</sup>. Этот импульс может передаваться по двум каналам: 1) по каналу его вытеснения, проникновения в сознание, определяя сознательный мотив; 2) по каналу прямого действия (т. е. минуя сознание), формируя бессознательный мотив, часто продолжая процесс субсенсорного восприятия информации.

В этом случае реакция на стимул (в вышеприведенной формуле) исследуется посредством расшифровки «черного ящика», в котором содержатся коды народного бессознательного, или коды народовластия, суверенной демократии. Далее эти коды соотносятся с «кодами власти» и «медийными кодами» (по Н. Луману). В результате возможно достижение ментальной идентичности в информационной политике при условии акцентуации на лучших свойствах менталитета и погашении его негативных качеств. Таким образом, необходимо достижение гармонии, консенсуса между деятельностью властей, элиты и запросами народного бессознательного с тем, чтобы упреждать возможные социальные потрясения.

Имеются исследования по проявлениям бессознательного в глубинной психологии, в народной культуре, в национальном характере, в ментальных ценностях, в исторической памяти. И на них следует опираться политикам, журналистам, правящему сословию. Важным теоретическим, к примеру, подспорьем являются работы В.В. Налимова о взаимосвязи культуры и коллективно-

---

<sup>1</sup> Лекторский В.А. Эпистемология классическая и неклассическая. М., 2001. С. 88, 92.

<sup>2</sup> См. там же. С. 92.

го бессознательного<sup>1</sup>, И.В. Смирнова по «психозэкологии»<sup>2</sup>, монографические исследования по медиапсихологии<sup>3</sup>.

Ментальными свойствами обладают концепты и «константы культуры», выражающие «то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека». «Концепт – это как бы сгусток культуры в сознании человека <...> основная ячейка культуры в ментальном мире человека»<sup>4</sup>. Поэтому правомерно применение *культурологической парадигмы* исследования информационной политики, особенно в плане формирования информационной культуры, организации медиаобразования и медиавоспитания. Требуется «окультуривование» массмедиа и духовная медиация массовой культуры.

Большинство обозначенных выше парадигмальных подходов и принципов прошли апробацию, имеют верификационное подтверждение. Однако при этом возникает потребность в дальнейшем развитии социально-информациологической методологии и теории.

Социальная информациология – это объемная и фундаментальная, междисциплинарная наука, она формируется на системно-парадигмальном подходе, имеет свое методологическое ядро, обусловленное спецификой, значением, ролью социальной информации в жизни социума, объективной его потребностью в развитии демократической, диалоговой, дискурсной информационной политики. Социальная информациология безусловно опирается на отечественную теорию журналистики<sup>5</sup>, в особенности

---

<sup>1</sup> См.: *Налимов В.В.* В поисках иных смыслов. М., 1993.

<sup>2</sup> См.: *Смирнов И.В.* Психозэкология. М., 2003.

<sup>3</sup> См.: *Винтерхофф-Шпурк П.* Медиапсихология. Основные принципы. Харьков, 2007.

<sup>4</sup> *Степанов Ю.* Константы: словарь русской культуры. М., 2001. С. 43.

<sup>5</sup> См.: Система средств массовой информации / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2001; *Засурский И.И., Засурский Я.Н.* Массмедиа и политика в 90-е годы. М., 2001; *Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. М., 1998; *Прохоров Е.П.* Журналистика и демократия. М. 2001; *Корконосенко С.Г.* Основы журналистики. М., 2001; *Он же.* Социология журналистики. СПб. 1999; *Шкондин М.В.* Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях ре-



на работы, представляющие нетрадиционные концептуальные подходы<sup>1</sup>, но далеко не ограничивается ими.

\*\*\*

Итак, совокупность представленных парадигм образует системный методологический аппарат исследования информационных процессов, коммуникативно-информационных общественных отношений, информационной сферы и управления ими. Известно, что в логике научного познания правомерно движение мысли в двух направлениях: 1) от частного – к специфическому и общему и 2) от общего – к специфическому и частному. И в каждом применимы свои парадигмы.

Известны и уровни научных исследований: общетеоретический, прикладной, эмпирический (верификационный), где применяются свои парадигмальные подходы. Важно их соединение, синтез.

Вышеприведенные парадигмы составляют методологическое, общетеоретическое ядро социальной информатиологии, которое дополняется специфическими, отраслевыми, прикладными разделами. В совокупности они образуют теорию социальной информатиологии.

В заключение отметим, что для всех парадигм важно определиться с их *общим субстратом, или монадой*. Так, если в классической методологии субстратом в экономической парадигме была вещь – товар (классический капитализм и социализм по К. Марксу), в неклассической субстратом выступает человек или *«человеческий капитал»* (общество потребления, индустриальное общество, «кон-

---

формирования общества). М., 2000; *Грабельников А.А.* Русская журналистика на рубеже тысячелетий. М., 2000; *Смирнов В.В.* Актуальные проблемы журналистики. Ростов-н/Д, 2000; *Он же.* Современная аналитическая журналистика. Ростов-н/Д, 1999.

<sup>1</sup> См.: *Прохоров Е.П.* Исследую журналистику. М., 2005; *Свитич Л.Г.* Феномен журнализма. М., 2000; *Шкондин М.В.* Средства массовой информации как коммуникативная и информационно-производящая система. М., 2002; *Тулупов В.В.* Конвенциональная коммуникативная стратегия в профессиональной журналистской деятельности: Российская журналистика на фоне последствий системного кризиса // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Екатеринбург, 2005; *Олешко В.Ф.* Журналистика как творчество. Екатеринбург, 2002.

цепция человеческих отношений»), в постнеклассической – информация и знания человека (постиндустриальное общество) или «*информационный человек*», когда формируется постэкономическое общество, или информационное общество. Новый тип цивилизации («информационная цивилизация», или «третья волна» цивилизации по Э. Тоффлеру, «информационная эпоха» по М. Кастельсу) в рамках общей информациологии дает в совокупности основание развивать науку – социальную информациологию, формирующую методологию, теорию исследования информационной политики как искусства управления самой сложной материей – сознанием и психикой человека, личности, этнической, социальной группы и всего социума как целостной системы.

### ***Контрольные вопросы и задания***

1. Дайте определение понятия «парадигма».
2. Обоснуйте, почему информационная политика нуждается в исследованиях на стыке наук, в совокупности парадигмальных подходов.
3. Охарактеризуйте суть основных парадигм исследования информационных процессов и управления ими.
4. В чем состоит целесообразность парадигмальных исследований информационных процессов?

### ***Список литературы***

- Абдеев Р.Ф.* Философия информационной цивилизации. М., 1994.
- Делокаров К.Х., Демидов Ф.Д.* В поисках новой парадигмы. Синергетика. Философия. Научная рациональность. М., 1999.
- Захаров И.Н.* Мотивационное управление в социально-экономических системах. М., 2000.
- Информационная политика: Хрестоматия. М., 2007.
- Кун Т.* Структура научных революций. М., 1975.
- Лекторский В.А.* Эпистемология классическая и неклассическая. М., 2001.
- Луман Н.* Власть. М., 2001.
- Панарин А.С.* Философия политики: Учебник. М., 1996.
- Попов В.Д.* Информациология и информационная политика. М., 2001.

## Лекция 3

### **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО И ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА**

Ученые мира предсказывают, что в XXI веке будут происходить мощные цивилизационные сдвиги и трансформации во всех сферах жизни: экономике, политике, власти, духовной жизни, культуре и религиях. Происходить они будут сложно, противоречиво и весьма проблематично, затрагивая на глобальном уровне фундаментальные основы общественного бытия различных социумов. В основе всех этих глубинных преобразований все большую, практически определяющую роль играют знания и информация как субстраты информационного общества. Человечество открыло для себя и активно использует в своих интересах новый ресурс – информационный. Информационная политика объективно является одним из основных гуманитарных средств формирования в России информационного общества.

#### ***Сущностные черты информационного общества***

Информационное общество – это общество, в котором в производительных силах и производственных отношениях, в приращении капитала на передний план выходят знания и информация, которые интеллектуализируют производство и образуют, как доказывают ряд ученых, новую форму собственности – личную собственность, идущую на смену частной.

Выделим сущностные характеристики информационного общества.

1. Личная собственность характеризуется вынесением экономических отношений за рамки непосредственного процесса производства. Личная собственность – собственность человека на знания и информацию – отдаляет его от непосредственного участия в производстве в силу автоматизации, информатизации последнего, он его обслуживает своим интеллектом<sup>1</sup>. Информа-

---

<sup>1</sup> См., например: *Иноземцев В.Л.* Личное против частного? (Размышления о путях трансформации отношений собственности) // Общество и экономика. 1997. № 9-10.

онное общество ряд ученых ставит в один ряд с «постиндустриальным», «постэкономическим»<sup>1</sup>.

В «передовых странах мира» наметились две тенденции: 1) государство при реализации специальной программы [ESOP] позволяет наемным работникам в фирмах «стать сохозяевами», что в стремлении «заменить менталитет наемника на менталитет хозяина»; 2) страну могут обогатить «только талантливые производители-собственники»<sup>2</sup>. Правомерно заметить, что для достижения данных целей требуется развитие как у производителей-собственников крупного, среднего и малого бизнеса, так и у наемных работников-сохозяев необходимого интеллектуального капитала, в основе которого лежит синтез информации, знаний и мотивационной коммуникации.

Получается, что базисной характеристикой информационного общества является доминирование собственности на знания и информацию; этот исходный постулат очевиден. Однако здесь, на наш взгляд, требуется одно существенное дополнение: знания и информация – не только рыночный товар, вид собственности, они – «движители» материального производства в органическом единстве с производством духовным. Более того, вначале информация и знания – продукт духовного производства (результат образования, воспитания, деятельности массмедиа, эрудиции, мотивации), а затем только материального, когда интеллект создает прибавочную стоимость в производимой вещи, как в товаре. Ум, разум человека из субстрата духовной, интеллектуальной жизни социума трансформируется в субстрат материальный. Одним из средств формирования интеллекта и его применения в материальном товарном производстве является информационная политика. Есть закономерность: «дух <...> лишь обогащает себя, он ничего не уничтожает», он дает способность «различения себя – в себе»<sup>3</sup>. Без учета этого мы вновь можем встать на путь технокра-

---

<sup>1</sup> См.: *Иноземцев В.Л.* Теория постиндустриального общества как методологическая парадигма российского обществоведения // Вопросы философии. 1997. № 10.

<sup>2</sup> См.: *Абдеев Р.Ф.* Философия информационной цивилизации. М., 1994. С. 260.

<sup>3</sup> *Луман Н.* Эволюция. М., 2005. С. 12.

тического подхода к жизни человека, по которому страна уже проходила в недалеком прошлом. И тогда уже не сможем эффективно строить информационное общество и получать желаемый эффект от проектов «Электронная Россия», «Электронное правительство», от социальных реформ. Любое общество – это коммуникативная система. И она развивается по законам эволюции, где сегодня определяющая роль принадлежит социальной информации, «медиакоммуникациям», «медиальному субстрату» (смыслу слова), «медиавосприятию», «системно-специфическому медиуму»<sup>1</sup>.

2. Информация и знание приобретают свойства товара и способности приносить владельцам «избыточную прибавочную стоимость». Потому что «в результате коренного изменения производительных сил в середине нашего века ведущую роль стали играть новые технологии, наука, информационное обеспечение»<sup>2</sup>. Не создадим «ведущей роли» этим трем двигателям прогресса – останемся на прежнем уровне навсегда. Следует учитывать, что в так называемых «передовых странах» уже десятки лет назад к существовавшим сферам (группам): производство средств производства – группа «А» и производство средств потребления – группа «Б» (включая производство услуг) добавилась третья, новая сфера «О» – «производство научно-технологической информации и средств информационного обеспечения»<sup>3</sup>. Уточним, что производство не только научно-технологической информации, но и всякой другой: экономической, политической, культурной, психологической и т. д., которую в целом правомерно назвать «социальной» в том смысле, что она служит интересам социума.

Думается, что в XXI веке объективно встанет проблема измерения значимости знаний и информации не только с позиций прибавочной стоимости рыночного товара, но и в плане культурно-духовной и информационной «прибавочной стоимости». А главное – в плане информационной устойчивости политической системы, обеспечения объективной потребности в повышении ро-

---

<sup>1</sup> Луман Н. Медиа коммуникации. М., 2005.

<sup>2</sup> Лисичкин В.А., Шелепин Л.А. Третья информационно-психологическая война. М., 1999. С. 17.

<sup>3</sup> Там же.

ли массмедиа на разных уровнях психики человека: от биологического, психофизиологического – до «обобщенного сверхсознания», высшего, духовного, ноосферного уровня. А следовательно, в повышении их социально-информациологической статусности, субъектности СМИ в развитии в России информационного общества. И здесь сегодня обозначилась большая проблема. «Создаваемая *mass media* псевдореальность проявила себя самодостаточным средством изменения объективной реальности, что отразилось, прежде всего, на общественном сознании (и политическом раньше всего) российского населения. Массово-коммуникативная система общества и государства, оказавшись под информационно-психологическим гнетом СМИ, утратила системообразующие свойства и представляет угрозу устойчивости их развития»<sup>1</sup>. Для предотвращения такой угрозы необходимо достижение идентичности между отражением людьми фактов, явлений общественного бытия – социальной информацией – журналистской информацией и состояниями общественного сознания (общественным мнением, общественным настроением, социальным самочувствием). Это на рационально-сознательном уровне. Но есть еще глубинный, бессознательный уровень, где сегодня все более широкое распространение получают психоаналитические технологии (25-й кадр, нейролингвистическое программирование, манипулирование гипнозом, зомбирование и т. п.). Важно их информационно-психологический потенциал направить в конструктивное, гуманистическое русло<sup>2</sup>.

Поэтому процесс формирования информационного общества должен включать в себя коммуникации на уровнях биоценоза, антропогенеза, этногенеза, социогенеза, культурогенеза и ноогенеза. Но для этого необходимо повысить «качество государственного управления в контексте социокоммуникативного подхода» (В. Силкин) и адекватного «коммуникативной природе общественного идеала» (К. Маркелов)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Шевченко А.В. Информационная устойчивость политической системы. М., 2004. С. 5.

<sup>2</sup> См.: Попов В.Д. Тайны информационной политики (социокоммуникативный психоанализ информационных процессов). 2-е изд. М., 2006.

<sup>3</sup> См.: Информация и коммуникация в стратегии социальных реформ. М., 2006. С. 232–242, 325–334.

Вышеуказанные уровни коммуникации развиваются на основе обмена информации, законов единства природы и человека, общества. Идентично им формируется информационное поле, информационное пространство. Внутри социогенеза развивается политогенез на основе политической коммуникации и политической информации, всей системы информационной политики. Словом, сущностные параметры информационного общества, концепты информационной политики должны быть идентичны лучшим сущностным чертам человека, личности социума.

Важным при этом является соответствие такой политики суверенным, фундаментальным чертам национального характера, тогда будет соблюден и принцип социальной идентичности при целенаправленном формировании информационного общества на гуманитарной научной основе и опоре на исследования «конструктивного» и «дискурсного» неосознаваемого и сверхсознательного<sup>1</sup>. Иначе может возникнуть цивилизационный кризис (тупик), ибо производство (и духовное, и материальное) не будет идентично целостной сущности человека, всей пирамиде потребностей личности и социума (по А. Маслоу). «Теории творения <...> должны быть открытыми как Позитивному, так и Негативному»<sup>2</sup>. В их столкновении с повседневными событиями и порождается новая информация; это происходит в процессе преодоления «онтологических предпосылок традиционного мышления в комбинации с неразвитостью аналитически-разлагающего потенциала науки» в целях достижения «совершенного порядка и гармонии природы» на основе «теории изменения»<sup>3</sup>.

Одной из категорий теории совершенства, изменения предлагается «логика системно-коммуникативного подхода к анализу общества» с опорой на «язык как медиум», когда «каждая конкретная конфигурация слов – предложения, тексты, теории, стихи и т. д. выступают в виде форм, образованных в медиуме языка»<sup>4</sup>. Отсюда можно заключить, что медиум

---

<sup>1</sup> См.: Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. М., 2005. С. 61–69.

<sup>2</sup> Луман Н. Эволюция. С. 11.

<sup>3</sup> Там же. С. 12.

<sup>4</sup> Антоновский А. Эволюция: системно-конструктивистский подход. В кн.: Луман Н. Эволюция. М., 2005. С. 216.

– это смысл, образованный конфигурацией слов и переданный обществу на языке.

Медиум – это содержание, а массмедиа – это все средства для распространения сообщения. «То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа»<sup>1</sup>. Однако с позиции «системно-коммуникативного» подхода (в нашем случае – социокоммуникативного подхода) важно учитывать не только «транслируемое событие», но и то, что «событие уже произошло, неважно, было ли оно освещено в СМИ или нет»<sup>2</sup>. Конечно, лучше, чтобы оно было освещено. Но для формирования реального, а не виртуального информационного общества важно иметь в виду, прежде всего, «реальность массмедиа» (по Н. Луману).

3. В «информационном обществе» все большую роль в управлении всеми сферами его жизни играет не только экономический, коммерческий, но и информационный менеджмент, где производство, обмен и потребление информации становится атрибутом управленческой деятельности. Поэтому правомерно говорить об управлении информационными процессами и информационными отношениями, об информационно-управленческой деятельности в целях формирования субъектов и объектов информационного общества. Информационный менеджмент базируется на таком субстрате, как «информационный человек» (В.С. Егоров).

В индустриальном обществе субстратом в экономике является товар, в постиндустриальном – человек, его ресурс в постэкономическом или информационном обществе – «информационный человек», его интеллектуальный ресурс. «Информационная эпоха и информационная природа человека выражаются понятиями «человек информационный» или «человек познающий»<sup>3</sup>. Отсюда в качестве базовых понятий данной отрасли научного знания выступают: «информационная потребность», «информационный интерес», «информационное сознание», «информацион-

---

<sup>1</sup> Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005. С. 8.

<sup>2</sup> Там же. С. 221.

<sup>3</sup> Егоров В.С. Человек информационный. В кн.: Человек, наука, управление. М., 2000. С. 47.



ная мотивация поведения», «информационная социопсихология», «информационная власть», «информационное состояние» человека и общества, уровень развития информационной культуры в контексте развития материального и духовного производства, политической и духовной культуры социума. Все эти понятия в совокупности отражают актуальность и проблематичность развития грамотной научно обоснованной информационной практики в качестве гуманитарного средства формирования информационного общества.

4. С построением информационного общества обозначилась в конце XX века «отличительная социальная и политическая тенденция <...> – построение социального действия и политики вокруг первичных идентичностей, либо прописанных, укоренившихся в истории и географии, либо построенных заново в тревожном поиске смыслов и духовности. При этом «первые исторические шаги информационных обществ <...> характеризуются преобладанием идентичности как организующего принципа»<sup>1</sup>. В данном контексте представляется весьма важным реализация принципа идентичности в формировании информационного общества. Или конкретнее – принципа информационной идентичности. Для этого требуется эффективный информационный и коммуникативный менеджмент. На практике это означает – обеспечивать получение гражданами истинной информации об истинном положении во всех сферах их жизнедеятельности. Открытость власти перед обществом – ресурс информационной политики и условие развития информационного общества.

5. В информационном обществе, как отмечают многие ученые, бытие настолько (и чаще не столько) определяет сознание, насколько сознание творит, изменяет наше бытие. Информация обретает свойства атрибута материи, она развивается по своим собственным законам. В функциональном плане она бывает и не связанной с реальными фактами (например, слухи, ложная информация способны внести серьезные изменения в жизнь людей, в общественные процессы). Важно изучение информационной политики, несущих звеньев информа-

---

<sup>1</sup> *Кастель М.* Информационная эпоха. М., 2000. С. 43.

ционного общества с позиций единства атрибутивного и функционального подходов<sup>1</sup>.

Атрибутивный подход вскрывает информацию, потенциально заложенную в менталитете, а функциональный – в ментальности как функции менталитета. Также следует различать суверенитет и суверенность. Для реализации суверенной демократии, идеологии необходима реализация принципа ментальной, а следовательно, суверенной идентичности в информационной политике. Любое общество, любая страна, всякий этнос, каждая нация имеют свой суверенитет в виде фундаментальных ценностей, в форме своих медиумов на уровне глубинной психологии. Важно, чтобы им соответствовала реальность функционирующих в данный исторический момент реальных массмедиа. При этом важно «различие медиального субстрата и формы» (Н. Луман).

6. Информационное общество – это тип (вид) открытого общества. Оно характеризуется доступностью граждан к информации, к получению знаний, где доминируют субъект-субъектные отношения, прямые и обратные связи между властью и обществом, диалоговая дискурсная модель информационной политики. Институты гражданского общества выступают в качестве ее полноправного субъекта и имеют свои массмедиа, работающие по принципу единства свободы слова и ответственности за слово и на основе достижений социальной синергетики, постоянного учета общественного мнения, замеряемого в мониторинговом режиме.

Закрытое общество функционирует в режиме ограничения, недопущения к информации, жесткой цензуры, отсутствия свободы слова. Российское общество пока «полуоткрытое» и «полузакрытое», если судить по замерам рейтингов доверия к СМИ и органам власти.

7. Наконец, соглашаясь с вышеобозначимыми характеристиками информационного общества, считаем правомерным внести следующие дополнения. Основываясь на тезисе (концепте) Н. Винера об «обществе коммуникации», «коммуникативном сообществе», теории «коммуникативного действия» Ю. Хабермаса, анализе

---

<sup>1</sup> Подробно см.: Попов В.Д. Социальная информациология и журналистика. М., 2006. С. 59–73.

Ф. Уэбстера существующих теорий информационного общества<sup>1</sup>, считаем, что более обоснованной и точной является категория «информационно-коммуникативное общество»<sup>2</sup>. При этом мы опираемся на единство количественных и качественных критериев оценки развития такого общества Ф. Уэбстера, соблюдение «принципа исторической преемственности» в определении нового типа общества и теории развития медиакommunikации и массмедиа Н. Лумана, теорию информационного производства А. Панарина. Информационно-коммуникативное общество развивается на основе информации, знаний и коммуникации, дающих интеллект личности, социуму.

### ***Закон информационного равновесия***

Недооценка *государственной информационной политики* приоритетного направления в деятельности государства может обернуться запоздалым вхождением России в информационную цивилизацию XXI века. Большая надежда появляется с разработкой и реализацией стратегий развития информационного общества в России. При этом следует учитывать особенности российского общества с его глубинной, традиционной ориентацией на гуманитарные, нравственные, духовные ценности. Ориентация только на технократическое и чисто экономическое решение проблем формирования информационного общества с неизбежностью отрицательно отразится на социально-психологическом здоровье социума как следствие создания «информационного империализма» (Э. Фромм).

Не следует увлекаться информационным «монизмом» и детерминизмом с надеждой, что информация «всему голова» и она сама по себе принесет экономическое благополучие. Важно не повторить ошибки, подобной «экономическому монизму», когда считалось, что все острейшие проблемы государственного бытия России автоматически «снимутся вслед за успешным решением экономических проблем»<sup>3</sup>. Информация должна стать материа-

---

<sup>1</sup> Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004. С. 360–373.

<sup>2</sup> См. более подробно: Попов В.Д. Социальная информатиология и журналистика. М., 2006. С. 84–92; Маркелов К.В. Информационная политика и общественный идеал. М., 2005.

<sup>3</sup> Панарин А.С. Философия политики. М., 1996. С. 124.

лом для знания, а затем знания станут содержанием профессионализма, интеллекта кадров как основы и экономического, и политического, и социального, и духовного творчества.

То же самое можно сказать о компьютеризации как об электронно-техническом монизме, когда считается, что чем больше в стране компьютеров, тем больше пользователей Интернетом, тем интеллектуальнее нация. Но научные исследования, да и просто наблюдения показывают, что без гуманитарного, интеллектуального, культурного, духовного насыщения компьютерных программ может происходить дебилизация людей, особенно детей и молодежи. Не надо забывать об известном принципе: не человек для машины, а машина для человека. Сегодня немало «Интернет-людей», кто утрачивает способность писать и читать газеты, журналы, книги, а главное – способность самостоятельно мыслить. Или вообще мыслить: когда мозг технотизируется, человек превращается в приложение к электронной машинке. Мир начинает терять духовность, поскольку коммуникация, беспредельное общение с компьютером заменяет человеческое общение. Нравственность, мораль теряют смысл.

Профессор П. Гуревич в предисловии к русскому изданию книги Э. Тоффлера «Метаморфозы власти» задает полемический вопрос: может ли человек жить в информационном пространстве?<sup>1</sup> (Имеется в виду, жить нормально, быть здоровым, гармонично развитым во всех своих сущностных проявлениях). И сам же дает ответ: «Пока нет серьезных исследований, которые показывали бы благотворность воздействия компьютера на психику человека. Напротив, многие исследователи показывают, что повальная компьютеризация преобразует человеческую природу, меняет человеческое сознание. Появляются люди, лишенные эмоционального мира. Это дети эпохи компьютеризации. Общение с новой технологией надо выверять по меркам человека»<sup>2</sup>. Сейчас происходит «нарастание шизоидных и шизофренических тенденций <...> расщепление агрессивных влечений и эроса, духовных сил»<sup>3</sup>. Научные исследования свидетельствуют, что по-

---

<sup>1</sup> См.: Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М., 2001.

<sup>2</sup> Там же. С. 11–12.

<sup>3</sup> Там же.

гружение детей, молодых людей в чрезмерное общение с компьютером, в виртуальный мир изменяет, разрушает их сознание и психику на генетическом уровне.

Однако не следует делать из компьютера пугало. Необходимо развивать систему медиаобразования, формирования у молодежи *информационной, коммуникативной, духовной* культуры. Важно учитывать тот факт, что в обществе и природе действует *закон равновесия, гармонии*. Компьютеризация без ее гуманитаризации обедняет эмоциональный, духовный мир человека, не считаясь с его многогранной сущностью. Это весьма реальная опасность и для развития экономики, политики, культуры, духовности. По-прежнему справедливо утверждение: если люди перестанут читать интеллектуальные книги, журналы, они перестанут думать. Как заметил один писатель: будет, будет прогресс, а души уже не будет. А главное – одухотворенности «интернетовского ума». И чем больше затягивается комплексное решение задачи формирования российской государственной информационной политики (кстати, поставленной в Доктрине информационной безопасности РФ еще в 2000 г.), тем больше будет нарастать разрыв между компьютеризацией и гуманитаризацией, между материальными и духовными потребностями.

Академик Н. Моисеев предупреждал, что нельзя «информационное общество трактовать как результат только самоорганизации общества или как результат очередной технической революции, сводя процесс его формирования к развитию средств, облегчающих информационное взаимодействие <...> без целенаправленной работы Коллективного интеллекта оно возникнуть само по себе не может!»<sup>1</sup> В нашем контексте без целенаправленной информационной политики, без медиаобразования, без общей системы образования и воспитания даже при всеобъемлющей компьютеризации полноценное информационное общество не построить. В научном и педагогическом плане важно исследование проблем формирования информационного общества в союзе социальной информатиологии с социальной педагогикой, тео-

---

<sup>1</sup> Моисеев Н.Н. Универсум. Информация. Общество. Информационная политика: Хрестоматия. М., 2007. С. 231.

рией социальной коммуникации, акмеологией, методами гуманистической психологической пропаганды.

Большое значение имеет определение «информационного общества» относительно: а) сущности человека вообще, специфики российского человека, его характера, прежде всего; б) суверенитета России, российского общества с учетом менталитета его граждан; в) «выработки стратегии», «разработки механизмов ее реализации» (Н. Моисеев).

Разрыв между поколениями усиливается и за счет информационного фактора, проявляющегося в психологическом противоречии между консерватизмом старшего поколения в овладении электронной техникой и либерализмом молодого, быстро адаптирующего к электронной, информационной революции; между традиционными «константами и концептами культуры» (Ю. Степанов) и новой – западной волной массовой культуры. Современной, особенно телевизионной культуре в этом смысле, как показывают экспертные оценки, не хватает чувства меры. А по большому счету – информационной культуры, идентичной суверенной культуре своего народа.

Со всей очевидностью сегодня выявляется некий узкоэкономический, прагматический подход к характеристике информационного общества в интервью государственных деятелей в СМИ. Есть основания полагать, что нельзя сводить его лишь к одному абсолютному критерию или к одной цели (созданию инфраструктуры) или только к одной позиции (знания и информация являются главным базовым товаром), с чем отчасти нельзя не согласиться. В классическом, традиционном для нас измерении это будет возвращением на позиции экономического детерминизма. И здесь уместно напомнить о теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса, который отстаивает тезис о том, что в постиндустриальном обществе объективно происходит смещение акцентов с экономической сферы на другие: коммуникационную, культурную, информационную, что и стало источником социального прогресса.

Но даже и с позиции экономического детерминизма суть достоинств «информационного общества» состоит в том, что не только сами по себе информация и знания становятся товаром, а то, что

они повышают профессионализм кадров, снижают себестоимость производимой продукции и увеличивают прибавочную стоимость, создают «информационную прибыль». Новосибирские ученые разработали информационную теорию стоимости<sup>1</sup>. Но ее почему-то не развивают ученые и не применяют управляющие экономикой. Видимо, пока не осознали или не создали условия.

Еще в конце XIX века «забытый научный новатор» (по оценке В.И. Вернадского) С.А. Подолинский отмечал: «Основными орудиями трудовой деятельности являются руки и ноги человека. Главным (и, пожалуй, единственным орудием /движителем/ труда является разум, ум, интеллект, что адекватно логосу, нусу, которые были стержневыми категориями древнегреческой философии (Пифагора, Платона и Аристотеля, Фалеса и Гераклита, и других мудрецов Древней Греции)»<sup>2</sup>. Значит, только в обогащении разума, ума, интеллекта, информации и знания в качестве атрибутов интеллектуального капитала вносят свой вклад в товарное производство, в его электронное обслуживание. В этом контексте и правомерно провозглашение «глобальной экономики» (Дж. Стиглиц) или «информационной эпохи» (М. Кастельс).

Но главный вывод из умозаключения С.А. Подолинского, пожалуй, такой: стратегию развития информационного общества невозможно определить без опоры на философию, ибо она позволяет разработать концептуальную линию любой стратегии. Философия видит целостную сущность человека: экономическую, социальную, культурную, духовную и под этим углом зрения определяет степень идентичности стратегии развития государства, сущности своего человека, личности, социума. Особенно важно достижение ментальной, информационной и духовной идентичности, поскольку информационная потребность существует на глубинном уровне, исходит от менталитета, и вместе с тем она становится и составляющей духовных потребностей, в основе которых опять же лежат информация,

---

<sup>1</sup> См.: Вальтух К.К. Информационная теория стоимости. Новосибирск, 1996.

<sup>2</sup> Подолинский С.А. Труд человека и его отношение к распределению энергии. М., 2005. С. 13.

знания, проявляющие себя в духовном производстве, в духовной жизни людей.

*Особенность российской государственной политики в XXI веке, очевидно, должна состоять в том, чтобы наделить информацию и знания не только чисто экономическим, товарным статусом, но придать им статус духовных феноменов, субстратов духовного производства.* Они, в сущности, и объективно являются таковыми, только их надо в большей степени задействовать во благо общества. Сила духа нашего народа совершила индустриализацию страны, обеспечила победу в Великой Отечественной войне. Сейчас сила духа требуется для интеллектуального прорыва в постиндустриальное общество.

Пока сдерживает на этом пути «традиция» 1990-х годов – разрыв общественного бытия и общественного сознания, когда первое развивалось бурно, стихийно, по новым правилам, а общественное сознание явно отставало, ибо не было адекватной целенаправленной информационной политики. Хаотичность, многовекторность деятельности СМИ при отсутствии философии и идеологии реформирования страны привели в то время к кризису общественной морали и доверия к прессе со стороны гражданского общества. Для прорыва в интеллектуальную эпоху необходимо достижение *опережающего информационного эффекта* в формировании общественного сознания в условиях реформирования социальных отношений.

Возможно, сегодня правомерно поставить вопрос об *информационном детерминизме* всех сфер нашей жизни. Проблема информационного общества решается в двух аспектах, и их следует различать. Первый заключается в том, что информация не только товар, она все в большей степени становится неотъемлемым атрибутом управления экономикой и другими сферами. При втором сами информационные потоки и процессы становятся главным объектом управления. Или иначе можно сказать, что *следует различать управление с помощью информации и управление информацией*, информационными процессами и отношениями в целях формирования общественного сознания, идентичного стратегии развития страны и обеспечения ее информационной безопасности.



И, наконец, о проблеме информационной безопасности в современном мире. А. Эйнштейн еще в 1945 году предсказал, что за атомным взрывом последует «информационный взрыв». Э. Тоффлер справедливо предупреждает, что переход к «новой эпохе» может быть драматичен. Он указывает на разрастание информационных войн, глобальных конфликтов, на возникновение новых парадоксов. Многие ученые выделяют признаки цивилизационного кризиса. А. Гор в свое время признал кризис американского «общества потребления», который развился на фоне слабой развитости духовных потребностей по сравнению с материальными. М. Кастельс отмечает, что «самой главной из основных причин кризиса советской системы», является ее «неспособность <...> воспринять <...> условия информационного общества»<sup>1</sup>.

Ученые России (В. Прокофьев, С. Расторгуев, В. Лисичкин, Л. Шелепин, А. Панарин, А. Мухин и др.) обеспокоены развертыванием новой мировой информационно-психологической войны и информационных войн между странами и внутри стран. Обеспокоены и политики. Специалист по проблемам безопасности, генерал-лейтенант В. Волковский пишет, что «в настоящее время <...> идет каждодневная информационная война с применением самых совершенных средств, таких как интеллектуально-программные системы, системы нейролингвистического программирования», при этом «становится еще более очевидным угрожающее сокращение нашего духовного, культурного, информационного пространства»<sup>2</sup>.

Итак, развитие информационного общества, или точнее – «информационно-коммуникативного общества», формирование российской государственной информационной политики, системно организуемого информационного пространства – это путь к экономическому и духовному благополучию, к обеспечению информационной безопасности страны. Ключевым моментом здесь является выработка философии и идеологии построения в России такого общества. Думается, что в его основе лежат фундаментальные, ментальные, суверенные и общецивилизационные ценности. Они же и основа идеологии и информационной

---

<sup>1</sup> Кастельс М. Информационная эпоха. М., 2000. С. 465.

<sup>2</sup> Литературная газета. 2007. 13–19 марта.

политики, объект внимания наших СМИ. Четко обозначенный общественный идеал позволяет нации, личности сформулировать для себя смысл жизни и способы его реализации. В этом заложен огромный потенциал духовного очищения, обновления, экономического и духовного возрождения России.

### ***Контрольные вопросы и задания***

1. Назовите сущностные черты информационного общества.
2. Дайте обоснование взаимосвязи информационной политики и информационного общества.
3. Какими субстратами, кроме информации и знаний, следует дополнить сущность информационного общества?
4. Какова роль массмедиа в развитии информационного общества в России?

### ***Список литературы***

*Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.

*Луман Н.* Реальность массмедиа. М., 2005.

*Мелюхин И.С.* Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М., 1999.

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М., 2005.

*Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. М., 2004.

*Шевченко А.В.* Информационная устойчивость политической системы. М., 2004.

## Содержание

Лекция 1. Информационное общество: проблемы исследования .....	3
Лекция 2. Парадигмальные подходы в исследовании информационной политики .....	23
Лекция 3. Информационное общество и информационная политика.....	43

Учебная литература: Лекции

Владимир Дмитриевич Попов

Парадигмы исследования информационных процессов

Заведующий редакцией

*Т.О. Асланова*

Редактор

*В.Л. Борисова*

Компьютерный дизайн

*А.В. Тарасов*

Компьютерная верстка

*Е.Н. Давыдкина*

Оригинал-макет

*О.З. Элоев*

Подписано в печать 18.09.08. Формат 60x90<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Тираж 100 экз.

Бумага офсетная № 1. Гарнитура «Таймс».

Усл. п.л. 3,8. Уч.-изд. л. 3,4. Изд. № 88

---

Издательский центр Российской академии государственной службы

при Президенте Российской Федерации

Отпечатано ОП ИЦ РАГС. Заказ № 86

119606 Москва, пр-т Вернадского, 84

Тел.: 436-91-32