

**EPISTEMOLOGICAL STUDIES IN PHILOSOPHY,
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

ISSN 2618-1274 (Print), ISSN [2618-1282](#) (Online)

Journal home page: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/index>

УДК 321.021

Александр Владимирович Михайлюк*,
Виктория Анатольевна Вершина**

*Национальная металлургическая академия Украины

Пр. Гагарина, 4, Дніпро, 49600, Україна

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3596-0250>; E-mail: mich_al@ukr.net

**Дніпровський національний університет імені Олесь Гончара

Пр. Гагарина 72, Дніпро, 49000, Україна

**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0784-4348>; E-mail: vivi.dp@ukr.net

Received 26 July 2018; revised 25 August 2018; accepted 10 September 2018

doi: 10.15421/341911

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА:
СМЫСЛ И СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ**

Аннотация.

Рассматривается смысл и содержание понятия «информационная политика». Смысл понятия «информационная политика» раскрывается через понимание слагаемых «информационная» и «политика». Понятие «политика» выступает здесь как имя существительное, подчиняющее понятие, а «информационная» – как имя прилагательное, характеризующее основное понятие «политика». Т.е. понятие «политика» шире, чем понятие «информационная политика» и перекрывает последнее.

Политика рассматривается как разновидность управления. В основе политики лежат властные отношения, отношения руководства – подчинения. Информация рассматривается как результат внешнего знакового воздействия и его интерпретации, а не собственного опыта человека. Власть и ее осуществление рассматривается как коммуникационный процесс.

Информационная политика представляет собой использование информации как средства для достижения политических и иных целей, информационное воздействие политических акторов друг на друга. Власть – это информационное взаимодействие между управляющим и управляемым. В информационном обществе политика и информация – взаимозависимые явления, которые влияют друг на друга в процессе социального управления. Информационная политика является регулятором большинства сфер жизнедеятельности человека.

Ключевые слова: *информационная политика, управление, коммуникация, власть, медиа.*

Oleksandr V. Mykhailiuk*, Victoriia A. Vershyna**

**National Metallurgical Academy of Ukraine*

Gagarina ave., 4, Dnipro, 49600, Ukraine

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3596-0250>; E-mail: mich_al@ukr.net

***Oles Honchar Dnipro National University*

Gagarina ave., 72, Dnipro, 49000, Ukraine

**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0784-4348>; E-mail: vivi.dp@ukr.net

Information politics: the meaning and content of the concept

Abstract.

The meaning and content of the concept “Information politics” are examined. Sense of concept “Informative politics” opens up through understanding of elements “informative” and “politics”. Concept of “politics”

is here what as a noun, subordinating a concept, and “informative” - as the name is adjective characterizing the basic concept of “politics”. The concept of “politics” is wider, than concept “Informative politics” and overlaps the one.

Politics is examined as a kind of management. Politics is based on power relations, on relations of leadership-subordination. Information is examined as a result of interpretation of external sign influence, but not own experience of a person. Power and her realization are examined as an of communication process.

Informative politics is the use of information as facilities for the achievement of political and another aims, informative influence of political actors friend on each other.

A significant factor in any communication is the credibility of the information. Confidence in information means, first of all, a conscious a priori endowment with its property of reliability, which is accompanied by positive emotional evaluations of information and readiness to use it in its activities.

Interactivity implies a critical attitude to information, the ability to analyze and independently comprehend it. In this case, it is necessary to ascertain not only the absence of psychological mechanisms of protection against manipulative influences in a significant part of the population, but a direct unwillingness to resist the informational influence.

Power is this informative co-operation between a manager and guided. In informative society politics and information is the interdependent phenomena that influence on each other in the process of social management. Informative politics is the regulator of most spheres of human activity.

Keywords: informative politics, management, communication, power, medias.

Михайлюк Олександр Володимирович*, Вікторія Анатоліївна Вершина**

*Національна металургійна академія України

Пр. Гагаріна, 4, Дніпро, 49600, Україна

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3596-0250>; E-mail: mich_al@ukr.net

**Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Пр. Гагаріна 72, Дніпро, 49000, Україна

**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0784-4348>; E-mail: vivi.dp@ukr.net

Інформаційна політика: сенс та зміст поняття

Анотація.

Розглядається сенс та зміст поняття «Інформаційна політика». Сенс поняття «Інформаційна політика» розкривається через розуміння складових «інформаційна» і «політика». Поняття «політика» виступає тут як іменник, що підпорядковує поняття, а «інформаційна» - як прикметник, що характеризує основне поняття «політика». Тобто поняття «політика» ширше, ніж поняття «Інформаційна політика» і перебиває останнє.

Політика розглядається як різновид управління. В основі політики лежать владні стосунки, стосунки керівництва-підпорядкування. Інформація розглядається як результат зовнішнього знакового впливу та його інтерпретації, а не власного досвіду людини. Влада і її здійснення розглядається як комунікаційний процес.

Інформаційна політика є використанням інформації як засобу для досягнення політичних та інших цілей, інформаційним впливом політичних акторів один на одного. Влада - ця інформаційна взаємодія між управляючим та керованим. У інформаційному суспільстві політика і інформація - взаємозалежні явища, які впливають одне на одне в процесі соціального управління. Інформаційна політика є регулятором більшості сфер життєдіяльності людини.

Ключові слова: інформаційна політика, управління, комунікація, влада, медіа.

Постановка проблеми. Поняття «інформаційна політика» в последнее время стало довольно популярным. Оно используется как юридический термин, широко применяется в средствах массовой информации, в политической, юридической, социологической и пр. литературе. Вместе с тем само понятие

остається недостаточньо определенным. В него часто вкладывается различный смысл и содержание. В условиях, когда информация и информационные технологии становятся одним из ключевых факторов общественной жизни, понимание сущности и содержания понятия «информаційна політика» является весьма

актуальным.

Анализ исследований и публикаций. Вопросы, касающиеся теоретических и практических аспектов информационной политики, рассматривали многие авторы. Представляется важным выделить труды Ж.Бодрийяра, П.Бурдье, Т.А.Ван Дейка, М.Кастельса, У.Липпмана, Н.Лумана, М.Фуко, У.Эко, М.Н.Грачева, А.В.Манойло, В.Д.Попова и др., посвященные проблемам политической коммуникации, дискурсивного характера властных взаимоотношений, процессам медиатизации и виртуализации современной политики. Из украинских авторов стоит выделить работы И.В.Аристовой, Г.Г.Почепцова, С.А.Чукут, Ю.П.Сурмина и др.

Средневековые схоласты, прежде чем начинать свои диспуты, говорили: «*Sit definiti*», что значит «давайте определимся в понятиях». Именно эта задача и является **целью** данной работы.

Изложение основного материала. Понятие информационная политика чаще всего принято рассматривать как совокупность основных направлений и способов деятельности по получению, использованию, распространению и хранению информации или же как совокупность всех гражданских законов, правил и политик, которые поощряют, препятствуют или регулируют создание, использование, хранение и распространение информации. Информационная политика рассматривается как способ обращения с имеющимися информационными потоками и ресурсами со стороны различных институциональных субъектов, набор средств и приемов управления информационными потоками, как совокупность методов и средств деятельности в информационной сфере, направленных на формирование и управление информационным пространством, как способ воздействия власти на общество посредством распространения массовой информации и т.п. При этом внимание акцентируется, прежде всего, на деятельности государства. Часто определение информационной политики не дается, как, например, в Законе Украины «Об информации» [8], а лишь перечисляются отдельные призна-

ки, свойства, направления, цели и т.п. – как реальные, так и приписываемые. Впрочем, приписывание свойств – один из видов мышления.

Информационная сфера – это, прежде всего, структурный элемент социосферы, в котором информация рассматривается как субстрат общественных отношений. Термин «информационная политика» может претендовать на интерпретацию в социально-гуманитарном ключе, при этом особое внимание следует обратить на коммуникативный аспект. Информационная политика может быть рассмотрена, с одной стороны, как политика манипулирования общественным мнением или, с другой стороны, как политика, направленная на легитимацию органов власти и принимаемых ими решений [22, с. 79-81].

Определение понятия есть логическая операция, которая раскрывает содержание понятия или устанавливает значение термина. Любое понятие имеет содержание и объем. Содержанием понятия является совокупность характеризующих предмет существенных признаков, подразумеваемых в данном понятии. Объем понятия составляет совокупность или множество предметов, которое мыслится в понятии. Любое понятие может быть полно охарактеризовано при помощи определения его содержания (иными словами – смысла) и установления предметов, с которыми данное понятие имеет определенные связи. При этом стоит подчеркнуть условность и конвенциональность любого термина и понятия. Содержание и смысл понятия зависят от контекста его использования.

Смысл понятия «информационная политика» раскрывается через понимание слагаемых «информационная» и «политика». Понятие «политика» выступает здесь как имя существительное, подчиняющее понятие, а «информационная» – как имя прилагательное, характеризующее основное понятие «политика». Т.е. понятие «политика» шире, чем понятие «информационная политика» и перекрывает последнее.

Понятие «политика» имеет чрезвычайно широкий смысл и охватывает все виды дея-

тельности по самостоятельному руководству (М.Вебер). В основе политики лежат властные отношения, то есть отношения руководства – подчинения. Традиционное определение политической деятельности – «искусство и наука управления». М.Вебер писал даже о политике умной жены, которая стремится управлять своим мужем [4]. Политика является одной из разновидностей управления, его частным случаем [26]. Но, прежде всего, политика понимается как сфера деятельности, связанная с отношениями между классами, нациями и др. социальными группами, ядром которой является проблема завоевания, удержания и использования государственной власти; деятельность государственной власти в области управления и международных отношений; деятельность той или иной общественной группировки, партии, класса, определяемая их целями и интересами.

Существует множество способов определения понятия «информация», как и попытки вообще отказаться от его определений. Каждое из определений отражает тот факт, что само понятие изменчиво. В связи с этим, понятие «информация» определяется в каждой области и для каждой оригинальной задачи специальным образом. В любом случае, информация – это результат внешнего знакового воздействия и его интерпретации, а не собственного опыта человека.

Человек – существо, живущее не только в физическом, но и в знаково-символическом мире. Э. Кассирер определял человека как *animal symbolicum* (животное символическое). Человек выступает как животное, создающее «символический мир». По мнению Э.Кассирера, вся человеческая деятельность носит символический характер. Человек уже не противостоит реальности непосредственно, он не сталкивается с ней лицом к лицу. Физическая реальность как бы отдаляется по мере того, как растет символическая активность человека» [10, с.29-30].

В отличие от животного, поведение человека программируется не только и не столько генетически, сколько социально-культурно. Ю.М.Лотман определял культуру как сово-

купность всей ненаследственной информации, способов ее организации и хранения. Определение сущности культуры как информации влечет за собой постановку вопроса об отношении культуры к основным категориям ее передачи и хранения, и прежде всего, об отношении к понятиям языка, текста круга проблем, с этими понятиями связанного [15, с.147-148]. Культура выполняет функцию отбора и структурирования информации о внешнем мире. Через знаковое пространство культура моделирует сознание человека и представление его о мире. В определенном смысле человека можно назвать информационным продуктом. Информация формирует модель мира в сознании людей. Изменения в общественной жизни происходят, главным образом, при помощи изменений в картине мира человека в результате информационного воздействия.

«Сущность человека» как «совокупность всех общественных отношений» [21, с.3] реализуется через совокупность различного рода коммуникаций. В широком смысле под коммуникацией принято понимать и систему, в которой осуществляется взаимодействие; и процесс взаимодействия; и способы общения, которые позволяют создавать, передавать и принимать разнообразную информацию.

В теории Н. Лумана понятие коммуникации является решающим фактором для определения понятия общества. По Луману, общество состоит не из личностей, а из коммуникаций между ними. Согласно Луману, коммуникация – это единственная общественная структурообразующая единица, которая обладает внутренней структурой, и конституируется тремя элементами: сообщением, информацией и пониманием. Эти элементы не являются самостоятельными элементами, существующими сами по себе. Коммуникация – это отношение этих элементов, конструирующее ее [18].

Исторически коммуникацией было принуждение другого к выполнению того или иного действия. То есть для коммуникации существенен переход от говорения Одного к действиям Другого [25, с.16].

Власть и ее осуществление выступает как коммуникационный процесс. Власть понимается как «символически генерализированное коммуникативное средство» [17, с.25]. Как и любое другое коммуникативное средство, она регулирует процесс межличностного взаимодействия путем редукции «комплексности» (неограниченного числа возможностей) к ограниченному числу возможных действий, которые ограничивают и исчерпывают пространство выбора у партнера по коммуникации. Власть возникает и функционирует во многом сходно с другими системами коммуникации, такими, как наука или экономика. Она неизбежно возникает в ходе любых коммуникативных интеракций и представляет собой «жизненно-мировую универсалию существования», так как «там, где люди коммуницируют друг с другом, всегда существует вероятность того, что они будут ориентироваться на возможность причинения взаимного вреда и тем самым оказывать друг на друга влияние» [17, с. 139]. В конечном итоге «функция власти состоит как раз именно в том, что власть устанавливает возможные сцепления событий абсолютно независимо от воли подчиненного этой власти человека, совершающего те или иные действия, желает он этого или нет» [17, с. 23].

Социальная власть обычно является не прямой и реализуется через «сознания» людей, например, за счет управления необходимой информацией или мнениями в целях планирования и выполнения определенных действий [7, с.47].

Политическая деятельность предполагает информационное взаимодействие «управляющих» и «управляемых», точнее, информационный обмен, обратную связь между ними. Политическая коммуникация представляет собой информационное воздействие политических акторов друг на друга и окружающую социальную среду (общество) по поводу власти, властно-управленческих отношений в обществе, является атрибутом, неотъемлемым свойством политической деятельности, без которого последняя не может ни существовать, ни мыслиться [6, с.64].

Транслируемый информационный поток является процессом передачи символов, способным побуждать получателя информации к определенным действиям. П. Акофф определял информацию, во-первых, как информирующую, влияющую на вероятность выбора последовательности действий; во-вторых, как инструктирующую, изменяющую вероятность достижения цели посредством той или иной последовательности действий; в-третьих, как мотивирующую, меняющую значимость элементов определенной последовательности действий [1, с.147].

Коммуникация в сфере политики, или политическая коммуникация, подобно любым другим коммуникационным актам, может преследовать три цели: передачу информации, изменение мнения, изменение поведения информируемых, однако ключевым в этом процессе, несомненно, является изменение поведения, поскольку именно оно составляет стержень властно-управленческих отношений в обществе [6, с.8].

Социально-информационным плацдармом политики является политическая коммуникация, которую можно определить как непрерывный процесс передачи информации, циркулирующей внутри и между политическими и социальными системами на всех уровнях [22, с. 80].

Управление представляется процессом переработки информации, или процессом превращения информации в действие. Под управлением, в первую очередь, понимается целенаправленное информационное влияние управляющей подсистемы на управляемую подсистему, которая осуществляется по схеме обратной связи [2]. Политическая коммуникация проявляется в виде социального взаимодействия «управляющих» и «управляемых», взаимного обмена информацией и действиями между ними.

Выяснение проблемы «субъект и объект политики» имеет принципиальное значение как в общеконцептуальном плане, так и в плане определения сущности составляющих элементов (информационной) политики. Субъект политики – это действующее лицо, социальная

группа или организация, которые, имея определенные интересы, используя определенные средства, проявляют себя в сфере политики. Субъектами политики являются: лицо, политические лидеры, политическая элита, социальные сообщества, этнонациональные сообщества, общественные движения, общественные организации, политические партии, регионы, государства и пр.

Кроме понятия «субъект политики», в политологии существует и понятие «объект политики», тесно связанное с понятием «субъект». Объект политики – это лицо, группа общества, организация и т.п., на которые влияет субъект политики. Иными словами, субъекты политики являются и объектами политики. Субъекты являются одновременно и объектами политики, а объекты – субъектами.

То же самое можно сказать и о субъектах и объектах информационной политики, с той лишь разницей, что здесь субъектами и объектами выступают производители, собственники, провайдеры, информационные посредники, продавцы и покупатели, пользователи информационных продуктов и услуг и т.п.). Но при этом производители (собственники) и потребители информации оказываются в совершенно разных условиях. Производители и собственники информации выступают как реальные субъекты, а потребители информации – как объекты информационного воздействия. Объектом управления является не любой существующий объект, а лишь тот, который включен в управленческую деятельность и поддается соответствующим влияниям, то есть получает определенную информацию [2].

Вопрос о власти – это вопрос о медиумах [20, с. 9]. Конструирование значений играет решающую роль в производстве и воспроизводстве властных отношений во всех сферах социальной жизни. Существует, однако, одна черта, общая для всех процессов символического конструирования: они в значительной мере зависят от месседжей и фреймов, создаваемых, форматируемых и распространяемых в мультимедийных коммуникационных сетях [11, с.454]. В условиях становления информа-

ционного общества анализ проблемы борьбы за власть смещается от традиционной постановки вопроса о власти и собственности на средства материального производства в плоскость борьбы за власть и собственность на средства производства общественного мнения. Происходит концентрация управления информационными потоками в руках достаточно узкого круга лиц, ставящих перед собой задачу направленного воздействия на массовое сознание или манипулирования им в политических целях [6, с.9].

Реализация политической коммуникации связана с производством и распространением информации и направлена, прежде всего, на общество или отдельные целевые группы с целью решения политических задач. Использование информации в процессе политического управления сводятся в первую очередь к формированию у целевых групп определенных мнений, стереотипов, установок, предпочтений и убеждений, а также моделей поведения в интересах субъекта воздействия

Информационная политика может пониматься либо как политика, использующая информацию как средство для достижения политических целей, либо как политика в сфере информации и информационной деятельности, опять же с целью реализации собственных интересов. Информационная политика предполагает использование информации как средства осуществления, удержания, а в необходимых случаях и завоевания власти. Эффективность осуществления власти в значительной степени зависит от его информационного обеспечения. Информационная политика – деятельность субъекта по актуализации и реализации своих интересов в обществе посредством формирования, преобразования, хранения и передачи всех видов информации. Информационная политика выступает как сфера деятельности, связанная с политическими отношениями, сутью которых является распределение власти и влияния между субъектами политики, основанное на их возможностях и способностях воздействовать с помощью информации друг на друга [19, с.125].

В.Д. Попов отмечает, что, выражая сущ-

ность информационной политики через категорию «информационная власть», можно говорить о том, что «информационная политика – это способность и возможность субъектов политики оказывать воздействие на сознание, психику людей, их поведение и деятельность в интересах государства и гражданского общества с помощью информации» [24, с.20]. Добавим, что это воздействие необязательно должно быть «в интересах государства и гражданского общества», как и необязательно должно быть направлено на «обеспечение конституционного права граждан на доступ к информации».

При этом, информационная политика может быть как государственная, так и негосударственная. Под информационной политикой понимается совокупность методов и средств деятельности в информационной сфере, направленных на формирование и управление информационным пространством. Понятие «информационной политики» также трактуется как способ обращения с имеющимися информационными потоками и ресурсами со стороны различных институциональных субъектов. Информация (что бы ни понималось под этим термином в каждом конкретном случае) выступает здесь в качестве объекта намеренной манипуляции и выполняет чисто техническую функцию, наряду с другими ресурсами деятельности: кадрами, материально-технической базой, финансами и т.д. Во всех случаях интересы субъектов такой информационной политики лежат за пределами собственно информационного пространства. В рамках этих интересов достигаются политические, коммерческие и любые другие цели, для которых новые информационные возможности – в лучшем случае лишь удачное подспорье (а иногда – досадное затруднение), но сама по себе природа этих интересов и целей остается неизменной [9].

Несмотря на то, что в информационном политическом пространстве отдельные акторы могут формировать собственные практики, демонстрируя соответствующие способы достижения целей и взаимодействия со своими контрагентами, сильное воздействие на всех

участвующих в политических коммуникациях оказывает государство, являющееся ядром политической системы. П. Бурдьё дал определение государству, идентифицируя его как обладателя монополии на легитимное символическое насилие [3, с. 186].

Источниками социальной власти выступают насилие и дискурс, принуждение и убеждение. Джефф Малган обозначает три источника власти: насилие, деньги и доверие (цит. по [11, с.33]). Но возможность успешного использования насилия или запугивания основывается на фрейминге индивидуального или общественного сознания [11, с.453].

Согласно Н.Луману, насилие является условием возникновения власти как пограничная «альтернатива избегания», однако в собственном смысле оно никогда не является властью. Более того, для развитых общественных систем применение насилия является свидетельством недостаточности власти. Показателем силы власти является, напротив, отказ от принуждения (насилия), так как принуждение означает уничтожение конститутивного признака власти, а именно наличия выбора из ограниченного ряда возможных действий. Для сильной власти, характерной для современных демократических обществ, показательно, напротив, широкое число степеней свободы и ее способность «добиваться признания своих решений при наличии привлекательных альтернатив действия или бездействия» [17, с. 18].

Как говорил Мишель Фуко, обладать дискурсом – значит обладать властью. Современные элиты не осуществляют политику гегемонии с помощью прямого принуждения. Напротив, прямая конфронтация во многом означает неспособность элит формировать такие системы знаний, которые исключают возможность «звучания» критических и несогласных мнений [7, с.8].

Развитие социума, с точки зрения феномена информации, – смена фаз доминирования силовых, энергетических и информационных способов управления со сменой доминанты «языков управления». Поэтому по мере демократизации режимов и, соответственно, отхо-

да от любых силовых методов решения вопросов в связке «управляющие - управляемые», на первый план в регулировании отношений власти и общества выдвигается коммуникация. Происходит «медиатизация политики» – процесс, при котором политическая жизнь перемещается в символическое пространство средств массовой информации, политика и коммуникация тесно переплетаются [22, с.80].

Властвовать означает сегодня обладать не столько аппаратом принуждения, сколько возможностью определять (описывать, объяснять, прогнозировать, конструировать) текущую ситуацию в обществе, формулируя критерии объективности, непредвзятости, авторитетности, правдивости и истинности. В условиях глобализации, когда информация способна распространяться практически мгновенно и охватывать огромное количество индивидов, основным средством власти является знание, формируемое путем включения субъектов, социальных групп и институтов в исторически обусловленные гетерогенные дискурсивные практики [23, с.8].

Информация и знания – явления одного порядка. Хотя далеко не всякая информация является знанием, но любое знание пребывает в поле информации. Далеко не всякая информация является знанием, в то время как любое знание пребывает в поле информации.

Вопрос о власти – это вопрос о распределении знания и незнания. Как сказано у Лао Цзы, «правление совершенномудрого» «постоянно стремится к тому, чтобы у народа не было знаний и страстей, а имеющие знания не смели бы действовать» [12]. Власть, основанная на знании одних и незнании других. Предполагается, что те, кто обладает властью, владеют целостными знаниями, а у толпы они накапливаются в форме калейдоскопа (мозаичное мышление). Только определенная группа людей знает, что истинно и ложно и контролирует это знание, а все остальные просто верят в то, что им говорят. Все сводится к выяснению того, что людям следует знать. М.Фуко писал: «Знание никогда не бывает «чистым», ибо оно всегда строится «по канве» властных отношений, как не существует чисто негативной, чи-

сто репрессивной власти: механизмы власти всегда позитивны и продуктивны. Знание никогда не может быть «незаинтересованным»: знание – это и зло и сила, оно одушевлено страстями, инстинктами, побуждениями, желаниями и насилием. Власть порождает знание, а знание есть власть» [27, с.21]

В качестве самой известной и простой формы властного контроля над информационными процессами выступает цензура, когда государство с помощью специально назначенных и ответственных перед ним чиновников «руководит» содержанием печатных и других информационных материалов [2]. Этот контроль может принимать самые разные формы – от официальной деятельности специальных государственных институтов до организации «неформального давления снизу» путем формирования общественного мнения.

Результативным средством государственной информационной политики выступает право. Юридический способ регуляции информационных отношений выглядит наиболее приемлемым для большинства членов общества, поскольку создает видимость существования взаимных обязательств, стимулов и ограничений.

Одна из важнейших социальных функций власти – дозирование информации и ее «упаковка» [2]. На этом основывается механизм манипулирования общественным мнением. Манипулирование связано с целенаправленным преобразованием информации. Цель манипуляций – скрывая свои истинные намерения, побудить другого человека к совершению определенных действий, изменению ценностных установок, мнений и т.п., одновременно сохраняя у него иллюзию независимости, самостоятельности принимаемых решений.

Коммуникационные технологии в современной практике политического управления интенсивно используются для формирования моделей восприятия социально-политической реальности обществом, а также моделей массового поведения, рассчитанных на поддержание стабильности существующих политических режимов и достижения целей субъектов политического управления. Такого рода

модели выполняют функцию упорядочивания и структурирования сложной политической реальности для населения, упрощая картину мира, а также выступают в качестве инструмента выработки предсказуемых и управляемых шаблонов политического поведения в обществе. Ввиду этого задачи формирования для общественного сознания простых объяснительных моделей социально-политической реальности и соответствующих им «безопасных» поведенческих реакций становятся одними их ключевых в процессе современного политического управления [5].

Конструирование реальности является основным механизмом воздействия средств массовой информации на личность и общество. Средства массовой информации конструируют новую реальность, а не отражают мир таким, каков он есть.

Восприятие реальности, а также те ценности и смыслы, которых придерживается субъект политического управления, во многом основываются на коммуникативных процессах получения информации, конструирующих, выражаясь языком У. Липпманна, псевдореальность, замещающую реальность объективную [13]. Как писал Ю.М.Лотман, ложь вырастает на той же основе, что и информация, и является оборотной стороной ее социального функционирования [16, с.147].

Возросшие объемы информации, огромная скорость их получения привели к тому, что человек потерял способность не только критически, а вообще воспринимать информационные объемы. Современные технические средства коммуникации, передавая неведомые ранее объемы информации миллионам людей, оказывают существенное воздействие на сферы их труда, быта, досуга, политической жизни, диктуют им образцы поведения, отражают и формируют общественное мнение. Увеличение объемов циркулирующей в обществе информации приводит к многократному увеличению значения сферы знаков и образов. Люди придают образам не меньшее, а порой и большее значение, чем реальным событиям. Информация заступает собой реальность.

Информационно-идеологическое давление

на субъект приобретает тотальный характер. Государственная власть еще никогда доселе не обладала таким аппаратом социально-когнитивного воздействия, как сегодня. Более того, виртуализация общественных отношений представляется весьма плодотворной почвой для «дискурсивизации» социального мира. Если в современном эпистемическом контексте реальность может быть понята как то, что может быть репрезентировано на (воображаемом) знаково-символическом уровне, то «предвзятое» описание действительности приведет к созданию сначала «необходимой» картины мира, а в конечном итоге – к «правильным» действиям индивидов как объектов дискурсивного воздействия. Иными словами, если власть заинтересована в изменении положения вещей, она вполне может достигнуть этого за счет создания особых описательных и оценочных «матриц» действительности [23, с.10-11].

Условием конструирования значения является получающее сознание – как индивидуальное, так и коллективное. Под коллективным разумом (или общественным сознанием) имеется в виду контекст, в котором сообщение получается [11, с.454]. Информационная политика предполагает интерактивность участников коммуникации. Интерактивность – это двустороннее взаимодействие между отправителем и потребителем информации. Инициатор сообщения не довлеет над получателем, а является таким же полноправным (не более и не менее) участником коммуникации, как и его визави. Отношение к информации может быть самым разнообразным: от пассивного потребления и технического использования до со-знательного конструирования новых систем знаний [9]. При этом значимым фактором любой коммуникации является доверие к информации. Доверие к информации означает, в первую очередь, осознанное априорное наделение ее свойством надежности, которое сопровождается положительными эмоциональными оценками информации и готовностью использовать ее в своей деятельности.

Интерактивность предполагает критическое отношение к информации, способность

ее анализировать и самостоятельно осмысливать. При этом приходится констатировать не только отсутствие психологических механизмов защиты от ма-нипулятивных воздействий у значительной части населения, но прямое нежелание противостоять информационному воздействию. Как пишет Т.Лири, «по некоторым оценкам, около 93% представителей данного вида приспособится к дальнейшей жизни на этой планете, превратившись в смиренных, удовлетворенных, пасивных людей-роботов, управляемых при помощи централизованных средств массовой информации» [14].

Выводы. Информационная политика представляет собой использование информации как средства для достижения политических и иных целей, информационное воздействие политических акторов друг на друга. Власть – это информационное взаимодействие между управляющим и управляемым. В информационном обществе политика и информация – взаимозависимые явления, которые влияют друг на друга в процессе социального управления. Информационная политика является регулятором большинства сфер жизнедеятельности человека.

Библиографические ссылки

1. Акофф Р. О целеустремлённых системах / Р. Акофф, Ф. Эмери. М.: Совет. радио, 1974. 272 с.
2. Арістова І.В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / За загальною редакцією д-ра юрид. наук, проф. Бандурки О.М.: Монографія. Харків: Вид-во Ун-ту внутр. Справ, 2000. 368 с.
3. Бурдые П. Социология политики / Пер. с фр.; Сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. М.: Socio-Logos 1993. 336 с.
4. Вебер М. Политика как призвание. *Вебер М. Избранные произведения*: Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н.Давыдова; Предисл П.П.Гайденко. М.: Прогресс, 1990. С. 644 - 706.
5. Володенков С.В. Технологии манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве как инструмент политического управления. *ПОЛИТЭКС*. 2017. Том 13, № 3. С. 56-58.
6. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. М.: Прометей, 2004. 328 с.
7. Дейк ван Тён А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.
8. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-ХІІ, зі змінами від 01.07.2010 р. № 2388-VI.
9. Зуев С.Э. Измерения информационного пространства (политики, технологии, возможности). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://future.museum.ru/part01/010601.htm>
10. Кассирер Э. Опыт о человеке: Введение в философию человеческой культуры //Проблема человека в западной философии. М.: Прогресс, 1988. С. 3-30.
11. Кастельс, М. Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564, [4] с.
12. Лао Цзы. Дао дэ цзин (Книга пути и добродетели). Перевод Ян Хин Шуна [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://tao-te-ching.ru/>
13. Липпман У. Общественное мнение/ Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. М. Институт фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
14. Лири Т. История будущего [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://libking.ru/books/religion-religion-esoterics/160123-timoti-liri-istoriya-budushchego.html>
15. Лотман Ю.М. Статьи по семиотике культуры и искусства/ Ю.М.Лотман. Спб.: Академический проект, 2002. 543 с.
16. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике культуры и искусства. Спб.: Академический проект, 2002. 543 с.
17. Луман Н. Власть / Пер. с нем. А. Антоновского. М.: Праксис, 2001. 256 с.
18. Луман Н. Общество как социальная система. Пер. с нем. / А.Антоновский. М: Издательство «Логос». 2004. 232 с.
19. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: монография. М., МИФИ, 2003. 388с.
20. Марков Б. В. Люди и знаки: антропология межличностной коммуникации. СПб.: Наука, 2011. 667 с.
21. Маркс К. Тезисы о Фейербахе / К.Маркс, Ф.Энгельс. *Соч.* 2-е изд. Т. 3. С.1-4.
22. Осипова О.В. Понятие «государственная информационная политика» в аспекте политической коммуникации: к определению актуального содержания. *Вестник СВФУ*, 2010, т.7, №4. С.79-83.

23. Переверзев Е., Кожемякин Е. От переводчиков. *Деяк ван Тён А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации*. Пер. с англ. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.
24. Попов В.Д. Государственная информационная политика: состояние и проблемы формирования. Массовые информационные процессы в современной России: Очерки / Отв. ред. А.В. Шевченко. М.: Изд-во РАГС, 2002. 301 с.
25. Почепцов Г. Теория коммуникации. М.: Ваклер; К.: Рефл-бук, 2001. 656 с.
26. Франчук В.И. Социальное управление: самоуправление, менеджмент, политическое руководство. М.: Компания Спутник+, 2007. 244 с.
27. Фуко М. Археология знания / Пер. с фр. М. Б. Раковой, А. Ю. Серебрянниковой; вступ. ст. А. С. Колесникова. СПб.: ИЦ «Гуманитарная Академия»; Университетская книга, 2004. 416 с.

References

1. Akoff R. O celeustremlyonnyh sistemah/R. Akoff, F. Emeri. M.: Sovet. radio, 1974. 272s.
2. Aristova I.V. Derzhavna informacijna politika: organizacijno-pravovi aspekti / Za zagalnoyu redakciyeyu d-ra yurid. nauk, prof. Bandurki O.M.: Monografiya. Harkiv: Vid-vo Un-tu vnutr. Sprav, 2000. 368 s.
3. Burde P. Sociologiya politiki / Per. s fr.; Sost., obsh. red. i predisl. N.A. Shmatko. M.: Socio-Logos 1993. 336 c.
4. Veber M. Politika kak prizvanie. Veber M. Izbrannye proizvedeniya: Per. s nem. / Sost., obsh. red. i poslesl. Yu.N.Davydova; Predisl P.P.Gajdenko. M.: Progress, 1990. S. 644 - 706.
5. Volodenkov S.V. Tehnologii manipulirovaniya obshestvennym soznaniem v in-ternet-prostranstve kak instrument politicheskogo upravleniya. POLITEKS. 2017. Tom 13, № 3. С. 56-58.
6. Grachev M.N. Politicheskaya kommunikaciya: teoreticheskie koncepcii, modeli, vek-tory razvitiya: Monografiya. M.: Prometej, 2004. 328 s.
7. Dejk van Tyon A. Diskurs i vlast: Reprerentaciya dominirovaniya v yazyke i kom-munikacii. Per. s angl. M.: Knizhnyj dom «LIBROKOM», 2013. 344 s.
8. Zakon Ukrayini «Pro informaciyu» vid 02.10.1992 № 2657-XII, zi zminami vid 01.07.2010 r. № 2388-VI.
9. Zuev S.E. Izmereniya informacionnogo prostranstva (politiki, tehnologii, voz-mozhnosti). [Elektronnij resurs] Rezhim dostupu: <http://future.museum.ru/part01/010601.htm>
10. Kassirer E. Opyt o cheloveke: Vvedenie v filosofiyu chelovecheskoj kultury //Problema cheloveka v zapadnoj filosofii. M.: Progress, 1988. S. 3-30.
11. Kastels, M. Vlast kommunikacii: ucheb, posobie / per. s angl. N. M. Tylevich ; pod nauch. red. A. I. Chernyh ; Nac. issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki». M. : Izd. dom Vysshej shkoly ekonomiki, 2016. 564, [4] s.
12. Lao Czy. Dao de czin (Kniga puti i dobrodeteli). Perevod Yan Hin Shuna [Elekt-ronnij resurs] Rezhim dostupu: <http://tao-te-ching.ru/>
13. Lippman U. Obshestvennoe mnenie/ Per. s angl. T.V. Barchunovoj. M. Institut fonda «Obshestvennoe mnenie», 2004. 384 s.
14. Liri T. Istoriya budushhego [Elektronnij resurs] Rezhim dostupu: <https://libking.ru/books/religion-/religion-esoterics/160123-timoti-liri-istoriya-budushchego.html>
15. Lotman Yu M. Stati po semiotike kultury i iskusstva/ Yu.M.Lotman. Spb.: Akademicheskij proekt, 2002. 543 s.
16. Lotman Yu. M. Stati po semiotike kultury i iskusstva. Spb.: Akademicheskij proekt, 2002. 543 c.
17. Luman N. Vlast / Per. s nem. A. Antonovskogo. M.: Praxis, 2001. 256 s.
18. Luman N. Obshestvo kak socialnaya sistema. Per. s nem. / A.Antonovskij. M: Iz-datelstvo «Logos». 2004. 232 s.
19. Manojlo A.V. Gosudarstvennaya informacionnaya politika v osobyh usloviyah: monografiya. M., MIFI, 2003. 388s.
20. Markov B. V. Lyudi i znaki: antropologiya mezhlichnostnoj kommunikacii. SPb.: Nauka, 2011. 667 s.
21. Marks K. Tezisy o Fejrbaha / K.Marks, F.Engels. *Soch.* 2-e izd. T. 3. S.1-4.
22. Osipova O.V. Ponyatie «gosudarstvennaya informacionnaya politika» v aspekte politicheskoy kommunikacii: k opredeleniyu aktualnogo soderzhaniya. *Vestnik SVFU*, 2010, t.7, №4. S.79-83.
23. Pereverzev E., Kozhemyakin E. Ot perevodchikov. *Dejk van Tyon A. Diskurs i vlast: Reprerentaciya dominirovaniya v yazyke i kommunikacii*. Per. s angl. M.: Knizhnyj dom «LIBROKOM», 2013. 344 s.
24. Popov V.D. Gosudarstvennaya informacionnaya politika: sostoyanie i problemy formirovaniya. Massovye informacionnye processy v sovremennoj Rossii: Oчерки / Отв. ред. А.В. Шевченко. М.: Изд-во РАГС, 2002. 301 с.
25. Pohepcov G. Teoriya kommunikacii. M.: Vakler; K.: Refl-buk, 2001. 656 s.
26. Franchuk V.I. Socialnoe upravlenie: samoupravlenie, menedzhment, politicheskoje rukovodstvo. M.: Kompaniya Sputnik+, 2007. 244 s.
27. Fuko M. Arheologiya znaniya / Per. s fr. M. B. Rakovoj, A. Yu. Serebryannikovoj; vstup. st. A. S. Kolesnikova. SPb.: IC «Gumanitarnaya Akademiya»; Universitetskaya kniga, 2004. 416 s.