

УДК 070:32

ПОЛИТИКА ИНФОРМАЦИОННАЯ, МЕДИАЛЬНАЯ И КОММУНИКАЦИОННАЯ В СОВРЕМЕННОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ

Литвинова Г.А.

Варшавский Университет

Статья посвящена определениям и использованию в научном дискурсе таких понятий как: информационная политика, коммуникационная политика и медиальная политика. Современная эпоха глобализации и информационных технологий требует от государства совершенствования своих действий и планирования политики реализуемой в коммуникационном пространстве. В рамках данной статьи рассматриваются этимология и существующие определения изучаемых понятий. Определяются границы применения исследуемых понятий и их взаимосвязь. В работе также отражена специфика различия в понимании данных явлений и уровень исследованности в российском и западном научном дискурсе.

Ключевые слова: СМИ, теория коммуникации, информационная политика, коммуникационная политика, медиальная политика.

Постановка проблемы. Взаимоотношения между политическими институтами и средствами массовой информации привлекают все больше внимания исследователей из разных областей наук. Современная действительность создает новые условия функционирования различных субъектов в информационном пространстве (в самом широком его понимании). В эпоху глобализации и информационных технологий государство вступает в различного рода интеракции внутри страны и на международной арене. В связи с развитием форм и расширением сфер влияния информации во всех ее проявлениях государство вынуждено проводить осознанную политику в этой области, а точнее, в нескольких тесно взаимосвязанных областях, а именно: коммуникационной, информационной и медиальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам планирования и реализации информационной политики посвящено множество

научных трудов российских и украинских исследователей, а именно: А.В. Манойло, С.Г. Маслюка, Ю.А. Нисневича, В.Д. Попова, Е.П. Тавокина, а также западных ученых: М. Бруггемана, С. Валентини, Б. Лаурсена. При этом медиальной политике главным образом уделяют внимание западные ученые: Б. Добек-Островска, Р. Вишневски, Э. Стасяк-Язукевич, К. Якубовски, М. Пуппис, Т. Флю. Коммуникационная политика исследуется в рамках трудов, посвященных теории коммуникации, в то время как особое внимание государственной коммуникационной политике уделили следующие авторы: Б. Добек-Островска, Г. Нести, Т. Гобан-Клас.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Крайне мало трудов посвящается различиям между информационной, коммуникационной и медиальной политикой. Четкое понимание и разграничение этих понятий является необходимым для полноценности исследований

в данных научных сферах. Сравнение ситуаций употребления и приписываемого значения в рамках российского западного научных дискурсов позволит обнаружить различие понятий и явлений, а также лакуны в данных исследовательских областях.

Цель статьи. Целью исследования является выявление различий между понятиями информационной политики, коммуникационной политики и политики медиальной и определение ограничений их применения.

Изложение основного материала. Как уже было сказано выше, существует несколько очень близких явлений и соответствующих им понятий, которые зачастую пересекаются, нередко используются в качестве синонимичных или применяются некорректно. Четкого разграничения таких понятий как информационная политика, коммуникационная политика и медиальная политика на данный момент нет, но так как это важный момент для развития исследований в области коммуникации и информации, необходимо внести ясность, определить границы между этими понятиями, их различия и область применения.

Начнем с того, что *информационная политика* является сложным понятием в связи с тем, что отсутствует согласие в научной среде на счет его соотношения с понятием *коммуникационная политика*. Польские исследователи Б. Добек-Островска и Р. Вишневики отмечают, что эти два понятия употребляются взаимозаменяемо, но при этом понятие *информационная политика* не передает всей сути самого явления [3, с. 49]. Как отмечают эти авторы, использование данного понятия просто не соответствует действительности, потому что большая часть процесса передачи информации субъектами общественной жизни имеют убеждающий характер, то есть информация не подается «в чистом виде», поэтому уместнее будет использовать термин коммуникационная политика. Эту позицию можно встретить и у других авторов, в том числе российских, и объясняется это тем, что в основе предлагаемого термина лежит понятие коммуникации, которое предполагает не только выборочность и адаптированность информации, но и обратную связь, которая тоже имеет место быть. Коммуникационную политику предлагается понимать как *совокупность коммуникационных действий, предпринимаемых сознательно и спланировано государственными учреждениями* [3, с. 49].

Тем не менее, не все ученые согласны на такое разделение границ, основанное на разнице между коммуникацией и информацией, многие обращают внимание на то, что в современном политическом контексте, информация, предоставляемая государственными учреждениями, не может быть нейтральной и это необходимо учитывать: государство предлагает вниманию общественности информацию, которая бы способствовала легитимизации власти. Профессор Варшавского университета Е. Стасяк-Язукевич предлагает следующее определение коммуникационной политики: спланированные действия политической власти, направленные на регулирование всего процесса коммуникации в обществе [12, с. 17]; при этом информационная политика, по ее мнению, — условия и способы распростра-

нения информации. Из этого следует, что коммуникационная политика является более широким термином, чем информационная политика и медиальная политика.

Обратим внимание на такую точку зрения на коммуникацию, которую предлагает в своем труде под названием «Теория коммуникации» Г.Г. Почепцов. Он предлагает обратиться к истокам и вспомнить, что раньше коммуникация предполагала воздействие (или даже принуждение) Одного на Другого, с целью чтоб второй изменил свое поведение [16, с. 15]. Использование данного подхода к пониманию коммуникации как принуждения, позволяло бы понимать соответствующим образом коммуникационную политику, и отделять ее от информационной именно по этому принципу. Однако в текущей социальной действительности в демократических государствах (хотя бы в какой-то мере) ни коммуникационная политика, ни информационная не занимают прямым принуждением. В то же время, практически не существует полностью нейтральной информации, а государственные структуры пытаются, так или иначе, воздействовать на общественное мнение и поведение. Даже такой направление информационной политики как предоставление доступа к информации предоставляет возможности для воздействия, то есть доступ может быть ограничен (как это ни странно, такое случается даже в демократических странах) официально или фактически, то есть может быть предоставлен с большой задержкой, не в полном объеме и т.д. Соответственно, необходимо искать другой критерий для разграничения информационной и коммуникационной политики.

Некоторые польские авторы, в связи с имеющейся проблемой, создают собственные дефиниции информационной политики, форму и границы которых, как правило, определяет тематика исследований. Например, определение информационной политики данное Р. Польковским, который считает, что информационную политику Европейского союза следует определять как совокупность принципов и действий, реализуемых отдельными учреждениями Евросоюза в соответствии с их статусными обязанностями [10, с. 6]. Однако данное определение не учитывает сложности и всей специфики информационной деятельности ЕС, ее направленности на медиа как один из основных каналов распространения информации, а также необходимость постоянной модернизации информационной стратегии, спровоцированной различными внешними и внутренними факторами. Но следует согласиться с этим автором в том, что информационная политика не ограничивается комплексом документов. Другое определение акцентирует внимание на совокупности законов, приказов, распоряжений, политик поощряющих, сдерживающих или регулирующих создание, использование, хранение и распространение информации [9, с. 63]. В этом определении очевидна доминирующая роль правового регулирования в информационной сфере и законов при формировании информационной политики. Такое понимание не акцентирует внимание на субъектах, функциях ИП, а также инструментах ее формирования и реализации, кроме правовых.

Ситуация синонимичного использования без определения границ применения коммуникационной и информационной политики распространена, кроме польской и российской литературы, также и в западных источниках [8]. Другие же авторы предлагают строгое разделение на информационную политику при односторонней направленности информации и отсутствии обратной связи, и коммуникационную политику при двусторонней передаче информации. При этом в конкретных случаях их мнения не столь однозначны при определении двусторонности коммуникации. То есть одни исследователи могут считать государственную деятельность в информационной сфере двусторонним процессом (граждане каким-либо образом реагируют на политику государства, демонстрируют свою позицию, участвуют в выборах и т.п.), другие же склонны считать подобный процесс односторонним [14], потому что коммуникационная деятельность играет в таком случае гораздо меньшую роль и к ним прибегают не так часто, в то время как государство осуществляет прежде всего информационную деятельность.

М. Брюгманн определяет информационную политику как совокупность политических решений, которые определяют цели и средства информационной деятельности государственных учреждений. Результатом этих политических решений являются формальные и неформальные правила доступа граждан к информации и стратегии PR [2]. Так же автор обращает внимание на то, что информационная деятельность делится на три области: законных гарантий доступа к информации, профессиональный PR и коммуникационная активность политических субъектов [2].

В российском научном дискурсе проблема различения информационной и коммуникационной политики осложняется еще тем, что помимо этого можно встретить некорректное применение в качестве синонима коммуникационной политики термина коммуникативная политика. Некорректным это является потому что слова коммуникативный и коммуникационный имеют разную этимологию и разные значения. Так, коммуникативный происходит от французского *communicatif* и скорее означает то же, что коммуникабельный [18], то есть относится к коммуникации людей и характеризует ее участников. Коммуникационный происходит от латинского *communicatio* – «связь, общение» [17] и относится к самому процессу коммуникации. Подчеркнем так же тот факт, что в российском научном и публицистическом дискурсе о коммуникационной политике говорится не только в контексте государственной деятельности, но и коммерческих предприятий [15]. Это означает, что ее значение не всегда относится к регулированию коммуникационной деятельности всего общества, но также и коммуникационной деятельности многих субъектов.

Проблемы понятийного аппарата не удается решить и посредством обращения к официальным документам: так, Европейская Комиссия использует во многих документах понятие «информационная политика», но не предлагает его определение. Кроме того, в официальных документах ЕС политика коммуникационная и информационная зачастую используются как синонимы. И это яв-

ляется серьезной проблемой в данной области – возможно ли использование данных двух понятий как синонимов и насколько при их применении должна влиять практика реализации информационной/коммуникационной деятельности.

Очевидно, что процесс коммуникации предполагает обмен информацией, ее двустороннюю направленность, смену ролей между отправителем и получателем. В случае с государственной информационной деятельностью такая смена ролей имеет значительные ограничения. К. Якубовски, указывает на наличие возможности участия в диалоге граждан и других заинтересованных сторон [7, с. 101]. Только появляется вопрос, способно ли государство «слышать» своих граждан, насколько оно учитывает обратную связь, насколько и какие категории граждан вовлечены в этот диалог. С точки зрения теории коммуникации [16], в качестве обратной связи может выступать реальное поведение, исследования и оценка общественного мнения, обращения граждан в государственные органы и т.д. В рамках данной работы, предлагаем использовать следующий подход к определению информационной деятельности государства: в центре внимания должно оказываться то, планируется ли изначально учет этой обратной связи, насколько она могла бы скорректировать политику государства и охват исследованиями всех сфер информационной деятельности. Следует пояснить, что информационная деятельность государства складывается из множества информационных кампаний, законодательных решений, культурных мероприятий, программ развития и многого другого.

При данном уровне исследований в этой области, наиболее адекватным критерием разграничения коммуникационной информационной политики будет являться обратная связь, причем не просто теоретическая или запланированная, а ее реальная, полномасштабная оценка и наличие возможности участия в открытом диалоге. Поэтому в рамках данной статьи, информационная политика государства будет пониматься как такой вид государственной информационной деятельности, которая не посягает на влияние на всю систему коммуникаций в обществе, имеет низкий уровень обратной связи и проявляется, прежде всего, в следующих плоскостях: предоставление доступа к информации, обеспечение информационной безопасности, сбор, создание, хранение и распространение информации, проведение информационных кампаний и культурных мероприятий, а также некоторые иные виды деятельности, соответствующие обозначенным критериям.

Информационная политика – это условия и способы распространения информации. При этом каналы информации делятся согласно с процессом коммуникации на индивидуальный, институционализированный и массовый [12, с. 17]. Реализуется она, как правило, сформированным аппаратом, включающим в себя пресс-секретарей, пресс-службы и информационные службы, которые функционируют при большей части госучреждений. Госаппарат, как правило, обладает значительными ресурсами: техническими, кадровыми и финансовыми, направленными на реализацию информационных потребностей

общества. Предоставляется доступ к материалам, проводятся пресс-конференции, организуются индивидуальные встречи с представителями СМИ, проводятся специальные информационные кампании. С точки зрения Н. Лумана СМИ представляют собой автономную систему репрезентаций общественной сферы [13, с. 13]. Они не только передают информацию, но и интерпретируют действительность, создают иерархию важности тем, социализируют, убеждают и мобилизуют общественное мнение. Маркетизация СМИ и обретение ими независимости от государства, поставило государственную власть перед необходимостью проведения информационной политики и связей с общественностью.

Средства массовой информации признаются фактором легитимизации политической системы, обуславливающим стабилизацию, являются предметом интересов любой политической власти [12, с. 7]. Этот интерес проявляется в проведении медиальной политики, или влияния на процесс массовой коммуникации согласно с целями, вытекающими из принятой системы ценностей, действительных социально-экономических условий и имеющихся социальных интересов и потребностей. Возможно, при определении границ между информационной политикой и медиальной возникает гораздо меньше проблем, но тут важен определенный контекст. Термин медиальная политика практически не используется в российском научном дискурсе – ученые ограничиваются использованием информационной и коммуникационной политики, а также политики в отношении СМИ. Так, например, в польском же дискурсе в связи с историческим контекстом, информационная политика имеет негативную коннотацию и ассоциируется с пропагандой государственно-партийного аппарата, которая проводилась до 1989 года. В связи с этим само явление получает крайне мало внимания со стороны исследователей, которые предпочитают концентрировать свое внимание на медиальной политике или заниматься вопросами политической коммуникации. Однако, даже отбросив терминологию, нельзя отрицать что сами явления имеют место быть – как в России политика в отношении средств массовой информации, так и информационная политика государства в Польше. В связи с вышесказанным, появляется необходимость обозначить границы медиальной политики, понять ее сущность и принципы.

Влияние на процесс массовой коммуникации – это формирование рамочных законодательных, политических и экономических условий функционирования медиасистемы. Политика коммуникационная это целенаправленные действия политической власти, направленное на регулирование всего процесса коммуникации в обществе [12, с. 17]. Та часть коммуникационной политики, которая имеет отношение только к средствам массовой информации и есть медиальная политика.

Медиальная политика реализуется в трех плоскостях:

- формирование законодательных норм, регулирующих деятельность СМИ;
- создание технической и социальной инфраструктуры функционирования СМИ;

– предоставление средствам массовой информации контента.

Трудности с определением медиальной политики вытекают также из многозначной интерпретации понятия коммуникационная политика. Т. Гобан-Клас выводит понятия коммуникация от термина *communication*, которое только в XVII веке начали использовать в значении передачи [5]. Наиболее широкое значение признается социальной коммуникации, так, например, в «Лексиконе политологии» она определяется следующим образом: «*процесс производства, преобразования и передачи информации между отдельными лицами, группами и общественными организациями для постоянного формирования, модификации или изменения знаний, отношений и поведения в направлении согласным с ценностями и интересами взаимовлияющих субъектов*» [1, с. 150]. Интерес представляет попытка немецких ученых Л. Хакмэйстера и М. Пупписа целостного восприятия медиальной политики, которое представлено в их трудах [6, 11]. Они предлагают определять медиальную политику как мероприятия, которые направлены на подготовку и исполнение действующих законов и решений касающихся средств массовой информации и процесса массовой коммуникации [11, с. 34]. Аналогичное определение предложил австралийский исследователь Т. Флю: медиальная политика представляет собой систему институционализированных механизмов для управления структурой, функционированием и результатами деятельности СМИ [4, с. 17].

Группа польских исследователей предлагает принять следующее определение медиальной политики: действия правительства, социальных институтов и организаций, формирующих основу для правового, политического и экономического функционирования системы средств массовой информации, в соответствии с целями, вытекающими из принятой системы ценностей, имеющихся социально-экономических и общих социальных потребностей и интересов [13, с. 23]. Данное определение предполагает, что медиальная политика касается как технической инфраструктуры, так и формирования системы СМИ и их содержания.

Целью медиальной политики, реализуемой в демократическом государстве, является создание правовых, экономических и социокультурных условий для развития независимых, плюралистических СМИ, способных обеспечить общественный диалог [13, с. 53]. Она направлена на создание оптимальной структуры СМИ, поддержки их свободы, обеспечение права на доступ к информации, а также на реализацию политических, социальных, экономических и культурных интересов государства и общества.

Медиальная политика это понятие, которое все чаще появляется в общественном диалоге. Спровоцировано это, во-первых, распространением теории о существенной значимости СМИ для функционирования правительства, а также проведения государственной политики; во-вторых, утратой актуальности доктрины, предполагающей, что в демократическом государстве свободные и независимые СМИ не подвергаются влиянию; в-третьих, развитием информаци-

онных технологий, доступностью информации и появлением новых форм существования СМИ.

Выводы из данного исследования и перспективы. Резюмируя вышесказанное, следует отметить, что информационная политика, так или иначе, связана со средствами массовой информации, и поэтому у ИП и медиальной политики появляются сферы пересечений. Во-первых, отметим, то, что СМИ являются основным каналом государственной информационной деятельности. При этом государство может задействовать не только государственные, но и частные, свободные и независимые СМИ. Соответственно, если уж формирование медиасистемы находится за границами информационной деятельности, то формирование и распространения контента через средства массовой информации ИП определено в себя включает. То есть информационная политика существует, в том числе в рамках определенной медиасистемы, и учитывает ее особенности. Во-вторых, одни и те же законодательные нормы могут касаться и информационной деятельности

и медиальной политики. И в-третьих, конечно же предоставление контента средствам массовой информации – одно из базовых направлений информационной политики. В связи с этим, не остается никаких сомнений и в том, что медиальная и информационная политика тесно взаимосвязаны, однако ключевым моментом их различия являются цели проведения. Наиболее широким из трех понятий является коммуникационная политика, однако его применение ограничивается наличием обратной связи и ее учета, при том, что и информационная политика, и политика медиальная не подразумевают обязательного наличия обратной связи со стороны объекта деятельности.

Перспективы дальнейшего исследования данной темы заключаются, прежде всего, в более узкой интерпретации каждого отдельного понятия, и связаны с потенциальным развитием системы массовых коммуникаций, цифризации, глобализацией и интеграционными процессами, которые оказывают значительное влияние на предмет исследования.

Список литературы:

1. Antoszewski A., Herbut R. (red.), *Leksykon politologii*. Alta. Wrocław, 1995.
2. Bruggemann M. (2005), *How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy*, «TranState Working Papers», nr 19. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://core.ac.uk/download/pdf/6385987.pdf>
3. Dobek-Ostrowska B., Wiszniowski R. *Teoria komunikowania publicznego i politycznego*. Wprowadzenie. Wrocław, 2007.
4. Flew T. *Media globalne*, тл. M. Lorek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. Kraków, 2010.
5. Goban-Klas T. *Proces komunikowania masowego*, w: Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków, 1996.
6. Hachmeister L. (Hrg.), *Grundlagen der Medienpolitik: Ein Handbuch*, DVA Sachbuch. Bonn, 2008.
7. Jakubowski K. *Unia Europejska a media. Między kulturą a gospodarką*. Warszawa, 2010.
8. Nesti G. *The information and communication policy of the European Union between institutionalisation and legitimation*, w: Giorgia Nesti, Chiara Valentini (red.), *Public Communication in the European Union: History, Perspectives and Challenges*. Cambridge, 2010.
9. Ogonowska A. *Polityka informacyjna Unii Europejskiej u progu XXI wieku*, «Studia Europejskie», 2001, nr 3.
10. Polkowski R. *Źródła informacji na temat Unii Europejskiej*. Warszawa, 2003.
11. Puppis M. *Einführung in die Medienpolitik*. UVK. Konstanz, 2007.
12. Stasiak-Jazukiewicz E. *Polityka medialna Unii Europejskiej*. Warszawa, 2005.
13. Stasiak-Jazukiewicz E., Jaś-Kozakiewicz M. *Polityka medialna w Unii Europejskiej*. Poltext. Warszawa, 2011.
14. Valentini C., Laursen B. *The Mass Media: A Privileged Channel for the EU's Political Communication*, w: Morganti Luciano, Bekemans Lyonce (red.), *The European Public Sphere: from critical thinking to responsible action*. Bern, Brussels, New York, 2012.
15. Перлов В.И. *Маркетинг на предприятии отрасли печати*. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://hi-edu.ru/e-books/xbook080/01/part-008.htm>
16. Почепцов Г.Г. *Теория коммуникации*. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001.
17. Толковый словарь Ефремовой. Т.Ф. Ефремова. 2000.
18. Толковый словарь иностранных слов Л.П. Крысина. – М.: Русский язык, 1998., *Новый словарь иностранных слов*. – by EdwART, 2009.

Літвінова Г.О.

Варшавський Університет

ПОЛІТИКА ІНФОРМАЦІЙНА, МЕДІЙНА І КОМУНІКАЦІЙНА В СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

Анотація

Стаття присвячена визначенню і використанню в науковому дискурсі таких понять як: інформаційна політика, комунікаційна політика і медійна політика. Сучасна епоха глобалізації та інформаційних технологій вимагає від держави вдосконалення своїх дій і планування політики реалізованої в комунікаційному просторі. В рамках даної статті розглядаються етимологія і існуючі визначення досліджуваних понять. Визначаються межі застосування досліджуваних понять і їх взаємозв'язок. В роботі також відображена специфіка відмінності в розумінні цих явищ і рівень дослідженості в російському і західному науковому дискурсі.

Ключові слова: ЗМІ, теорія комунікації, інформаційна політика, комунікаційна політика, медійна політика.

Litvinova G.A.
University of Warsaw

THE INFORMATION, MASS MEDIA AND COMMUNICATION POLICY IN THE MODERN SCIENTIFIC DISCOURSE

Summary

This article is dedicated to use in scientific discourse such understandings as: information policy, communication policy, mass media policy. Modern age of globalism and information technology requires from government to fulfill its steps and to plan its policy implementing in communication space. In the framework of this article are discussing etymology and existing understandings. There are being created borders of implementation of researching understandings and its interrelation. Article also includes specifics of diverse in understanding of this things and level of its research in Russian and Western scientific discourse.

Keywords: mass media, communication theory, information policy, communication policy, mass media policy.