

УДК 070

## ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА СМИ

© 2011 Г.В. Чевозерова

Тольяттинский государственный университет

Поступила в редакцию 2 апреля 2010 года

**Аннотация:** В статье раскрывается сущность понятия «информационная политика» массовых информационных процессов, формулируются ее максимально обобщенные онтологические цели и задачи, определяются возможные субъекты и механизмы ее формирования. И на основе общей теории вопроса рассматриваются аналогичные понятия применительно к российским средствам массовой информации.

**Ключевые слова:** информационная политика, менталитет, ментальность, национальный характер, национальная идея, субъекты формирования информационной политики СМИ.

**Abstract:** This article is intended to explain the meaning of information policy in the field of mass information processes, represent its main goals and purposes and define possible subjects and forming mechanisms. The same terminology, based upon the general theory, is also relevant to Russian mass media industry.

**Key words:** information policy, mentality, mindset, national spirit, national idea, forming subjects of mass media information policy.

По мнению А.С. Панарина, политика — это «вид человеческой практики, посредством которой люди воздействуют на окружающую среду, свою судьбу и меняют свой статус в обществе... это действия, направленные на изменения судьбы» [1]. Информация же, как уже сказано, тоже может изменять воспринимающую ее систему. Логично предположить, что, если передача информации осуществляется как политическое действие, то есть с какой-то целью и ради достижения планируемых изменений у воспринимающей ее аудитории, то можно говорить, что таким образом осуществляется информационная политика. **Производство целенаправленных изменений объектов, процессов, явлений с помощью передаваемой информации называется информационной политикой.**

Логично предположить, что если задаться целью с помощью целенаправленных информационных потоков обеспечить человека и общество как можно более точными сведениями об окружающей действительности, то можно реально помочь людям успешно существовать и функционировать,

развиваться духовно и физически. Вот эту цель и можно обозначить как наипервейшую, онтологическую цель информационной политики в любых информационных процессах и особенно в массовых.

Разумеется, так формулируется прогрессивная цель. Но она может оказаться и реакционной, то есть направленной на разрушение. Тогда чем больше дезинформирован человек в отношении окружающей его действительности, тем меньше шансов у него выжить, не говоря уже о развитии.

Однако человек живет не просто на планете Земля, а где-то в конкретном ее уголке и в конкретное время. Отсюда вытекает и другая цель прогрессивной информационной политики — помочь человеку сориентироваться в конкретно-исторической обстановке. Для этого необходимо как можно более адекватно отражать в непрерывном информационном потоке характерные черты бытия конкретной эпохи на конкретной территории. По сравнению с первой — вечной и общечеловеческой целью, вторая выступает как исторически преходящая и конкретно национальная или государственная, если иметь в виду конкретный тип политического устройства, в котором проживает личность.

Эти две цели не могут достигаться информационной политикой, что называется на выбор, какую захочется, или в какой-либо последовательности, одна за другой. Вся простота и сложность заключается в одновременном осуществлении обеих целей. Они существуют взаимосвязано, как целое и частное, которые просто не могут быть одно без другого.

Определив сущность понятия «информационная политика» и ее основные онтологические цели, необходимо выяснить, кто может быть субъектом, который эту политику формирует и реализует. Этой способностью обладает любой элемент общественной системы: человек, группа, социальный институт, поскольку все они взаимосвязаны и осуществляют обмен информацией в процессе своей жизнедеятельности. Но некоторым из них свойственна особая коммуникативная активность в силу их природной миссии и функций. Среди таковых – журналистика. Как массово-информационная деятельность она постоянно осуществляет информационную политику и, судя по ее природной миссии, как раз и должна способствовать достижению двух выше означенных максимально обобщенных целей. Она, по определению Е.П. Прохорова, выступает как фактор социального управления, потому что «благодаря информации у ее «потребителя» создается такая картина мира, которая, будучи структурно развернутым образом действительности (внутренней моделью внешнего мира, включая представления о желаемом будущем и путях его достижения), регулирует отношение носителей этой модели с реальной действительностью» [2].

Кроме того, Прохоров подчеркивает, что журналистика может осуществлять свою деятельность с иными целями и даже вообще без ясно осознанной цели, но управляющее воздействие все равно будет происходить в силу внутренних закономерностей информационной деятельности. В этом и просматривается онтологически обусловленная суть этой деятельности.

Таким образом, любое СМИ в любом случае осуществляет ту или иную информационную политику, определенную или неопределенную, четко продуманную или совсем неосознаваемую его руководством и участниками процесса. Субъектами информационной политики в журналистике выступают все лица, причастные к выпуску средств массовой информации. Естественно, что каждый участник имеет различные возможности проявлять свою волю в формировании информационной политики издания и соответственно несет разную степень ответственности за реализуемые цели этой политики. Но прежде чем вести речь о субъектах информационной политики СМИ необходимо определить не только цели, но

и задачи информационной политики, реализация которых позволит достичь обозначенных целей.

Конечно, человек может самостоятельно организовывать свое информационное потребление, усваивать те или иные знания о мире с целью достижения необходимой для жизни информированности, то есть формировать свой интеллект, который определит затем его поступки. В таком случае он выступает политиком самому себе.

Но поскольку индивид живет не сам по себе, а непременно является гражданином конкретной страны, то помимо него самого его информационное потребление будет определять еще какая-то конкретная социально-политическая система, заинтересованная в том, чтобы он совершал поступки, соответствующие ее целям. Все меры воздействия, кроме физического насилия, предполагают наличие у человека хотя бы минимальных знаний о мире и о политике, то есть о том, как производятся действия, изменяющие судьбу. Таким образом, между целями системы и поведением индивида лежит промежуточная инстанция в виде политического сознания (массового и индивидуального).

**Политическое сознание** представляет собой некую совокупность сведений о том, как в современном мире можно производить те или иные изменения в соответствии с личными и общественными целями и потребностями. Информационная политика любого субъекта системы направлена на формирование массового и индивидуального политического сознания. Без успешного решения этой задачи невозможно достичь каких бы ни было информационных целей.

А.К. Уледов выделяет различные уровни сознания: теоретическое и обыденное [3]. Обыденное сознание отражает практическое повседневное бытие людей. Теоретическое сознание дает представление о наилучших, идеальных формах общественного бытия. И, конечно, необходимо, чтобы обыденное знание обогащалось теоретическими сведениями, которые способствуют прогрессивному развитию общественной жизни.

В качестве такого теоретического знания о моделях общественного устройства выступает, например, **политическая философия (или философия политики)**. Она соотносит теоретические модели с реальным образом жизни нации, со всеми процессами, происходящими в обществе, и на основе этого соотношения обосновывает необходимость определенных действий, тех или иных перемен в жизни общества. Недаром говорят: блажен тот народ, где царствуют философы и философствуют цари. Это значит, что в таком обществе все управленческие решения принимаются на основе глубоких теоретических разработок, а теоретические разработки базируются на конкретном историческом опыте и им же проверяются на истинность.

Другая наука — **политическая социология** выделяет в политическом сознании идеологический и массовый уровень. Все реже можно наблюдать единое массовое сознание, сформированное на основе единой официальной идеологии, все больше массовое политическое сознание представляет собой довольно разнообразную мозаику, сложенную из индивидуальных взглядов людей, настроений и чувств. Политическая социология фиксирует эту картину. Она описывает имеющиеся в наличии типы политического сознания: консервативного, либерального, реформистского, революционного.

Как формируется это сознание — рассматривает еще одна наука — **политическая психология**. Политическая психология обращает внимание на процесс формирования установок, стереотипов, ориентаций, интересов и ценностей.

Существует много других наук и отраслей знаний, которые так или иначе участвуют в формировании политического сознания. Но это знание — теоретическое, а, значит, весьма сложное для освоения широким массовым сознанием. И вот здесь свою существенную лепту в обогащение обыденного знания теоретическим может внести журналистика. Она делает научную теорию доступной и прагматически ценной для широких масс и тем самым решает задачу формирования политического сознания как продуктивного союза теории и практики. Журналист, обладая теоретической базой фундаментальных наук, может каждый конкретный случай из жизненной практики представить как определенную тенденцию, типовое явление и прогнозировать его развитие. Изучение теоретических основ формирования политического сознания и конкретно-исторической практики позволяет журналисту эффективнее помогать гражданам выстраивать свое политическое сознание и, опираясь на него, эффективнее достигать высоких целей информационной политики, направленной на устойчивое развитие общества.

Теоретическим познанием журналист занимается, изучая соответствующие науки. А вот как изучать конкретно-историческую практику, если она — бесконечная река? Погрузившись в нее, как в Лету, можно увлечься и забыть, ради чего ты отправился в столь увлекательное плавание. Вот поэтому при всей привлекательности исторической и современной статистики необходимо постигать концентрированную сущность происходящего здесь и сейчас. Эта сущность как первооснова всего происходящего создает ощущение единства и взаимосвязи протекающих процессов, определяет специфичность исторического момента и национального колорита. И, в конце концов, она сама предстает как некая

самостоятельная концентрированная фигура конкретно-исторической практики, воплощенная в каждом фрагменте современного бытия той или иной страны. Специалисты называют ее **менталитетом**, **ментальностью** или еще шире — **национальным характером**.

«Факты общественного бытия заложены, наряду с прочим, в социальных генах, менталитете народа, в его национальном характере и глубинной идеологии, — пишет доктор философских наук, автор многочисленных трудов по журналистике как политической науке профессор В.Д. Попов. — Они обеспечивают преемственность поколений на бытийном уровне и на уровне общественного сознания. В них лежат истоки народной и государственной идеологии (или общенациональной идеи)» [4].

Очевидно, что для журналиста, который хочет разобраться в современной действительности, быть полезным, понятным и правильно понятым соотечественниками нет иной альтернативы как постижение национального характера своего народа и его национальной идеи.

Но для начала надо разобраться в сути названных понятий. Понятие ментальности пришло из французской исторической психологии середины прошлого века. Под ним понимали наличие у людей того или иного общества, принадлежащих к одной культуре, определенного общего умственного инструментария, который дает им возможность по-своему воспринимать и осознавать свое природное и социальное окружение и самих себя. **Менталитет**, таким образом, это и определенное содержание политического сознания (сами установки), и одновременно стиль мышления. В.Ф. Шаповалов раскрывает содержание понятия «*установка*»: «Установка означает выбор тех или иных предпочтений, ценностей. Она предполагает определение того, что принимается за норму, а что рассматривается как отклонение от нормы. Установка во многом определяет оценку своих и чужих поступков... Установка также предполагает определенный набор моделей поведения в их соотнесенности с ценностной шкалой» [5].

Некоторые исследователи не разделяют понятия менталитет и ментальность и пользуются ими как синонимами. Другие считают важным подчеркнуть их различие. Так, например, В.Д. Попов указывает, что менталитет — это «глубинная психология» (или психология подсознания и бессознательного), то есть «потенциальная, спящая до поры до времени информация»; а **ментальность** — «функция менталитета», «вершинная психология» (или психология сознания) [6].

**Ментальность** В.Ф. Шаповалов определяет как «присущие данному обществу и его представителям устойчивые способы *мышления*, находя-

щиеся в тесной связи и взаимной зависимости со столь же устойчивыми способами *чувствования*. Устойчивые способы мышления и чувствования в своей совокупности образуют то, что мы будем называть характером или устойчивыми психологическими чертами данной общности людей. Разумеется, речь пойдет, прежде всего, об общероссийском **национальном характере**... Способы ментальности и чувствования оказываются не чем иным, как глубинными *инвариантами* жизни определенного сообщества людей, взятого в длительной исторической перспективе» [7]. (Инвариант – то, что в процессе изменения остается относительно неизменным, инвариантным, то есть проявляющимся во многих разных вариантах).

Итак, национальный характер проявляется в каждом действии каждого жителя страны, причем, как доказывает В.Ф. Шаповалов, независимо от его этнической принадлежности, то есть фактически характер лежит в основе всего происходящего. Отсюда очень важно определить, какими чертами обладает национальный характер россиянина.

Наиболее яркое представление о нем дает Николай Бердяев в удивительно современной, хотя и написанной почти 100 лет назад, статье «Душа России»: «Подойти к разгадке тайны, сокрытой в душе России, можно, сразу же приняв антиномичность России, жуткую ее противоречивость» [8]. Бердяев говорит о поразительной способности русской души соединять в себе противоположности. С одной стороны, Россия – самая безгосударственная страна в мире, самая анархическая. С другой – самая бюрократическая страна, где все превращается в орудие политики. Россия самая нешовинистическая и одновременно самая националистическая страна, где самомнение русских есть обратная сторона их смирения. Развитое личностное религиозное начало противостоит атеистическому государству. Это страна безграничной свободы духа и вместе с тем неслыханно жуткой покорности, лишённая сознания прав личности, не защищающая ее достоинство.

Возможно, именно из-за противоречивости характера и проистекают представления о бесконечной широте русской души, которая вмещает в себя абсолютно все: от одной крайности до другой. Интересное размышление по этому поводу ведет академик Д.С. Лихачев: «О чем же свидетельствует эта широта и поляризованность русского человека? Прежде всего – о громадном разнообразии возможностей, скрытых в русском характере, об открытости выбора, неожиданности нового, о возможности бунта против бунта, организованности против неорганизованности, о внезапных проявлениях хорошего против дурного, о внутренней свободе русского человека, в

котором сквозь завесу дурного может неожиданно вспыхнуть самое лучшее, чистое, совестливое» [9].

Что же и каким образом возбуждает к жизни, активизирует лучшие качества российского человека? Разумеется, – цель, высокая и актуальная, содержащая в себе общезначимый образец, идеал бытия. В качестве таковой может выступать единая **национальная идея**. Исследователь этого феномена И.Б. Чубайс весьма выразительно пишет о необходимости ее наличия: «Если из-под многоэтажного дома вытащить фундамент – дом рухнет. Но если из страны убрать Бога и национальную идею, страна окажется в критическом состоянии» [10].

Под национальной идеей И.Б. Чубайс понимает «существующие объективно, сохраняемые многими поколениями и характерные для данного народа глубинные правила и традиции, которые порождают ряд иных особенностей и характеристик» [11]. Таким образом, идею нельзя выдумать, ее надо обнаружить в реальной жизни народа и провозгласить как общегосударственный, общезначимый образец бытия, к которому следует стремиться. И тогда она становится мобилизующей силой.

На Руси известны три национальные объединительные идеи. Первая была провозглашена во времена борьбы с татаро-монгольским игмом как идея объединения в борьбе за святую веру. Она так и формулировалась – «Святая Русь». И, действительно, объединила и подняла разрозненные русские княжества против иноземных захватчиков. Под флагом идеи «Москва – третий Рим. Четвертого не дано» произошло образование единой Российской империи во времена Ивана Грозного. Постепенно происходило замещение идеала святой Руси на «Великую Россию». По мнению В.Ф. Шаповалова, этот идейный стержень, ориентирующий страну на самостоятельную историческую роль, не утратил своего значения со времен послепетровской Руси и ныне [12].

Однако реально страна в течение 70 лет, начиная с 1917 года, жила под лозунгом «Коммунизм – светлое будущее человечества», и создавала «единый могучий Советский Союз». Исчерпанность этой идеи стала очевидной в конце 80-х годов прошлого столетия. И вот уже несколько десятилетий в стране существует идейный вакуум. «Ситуация вынужденного отказа от старых норм, принципов и ценностей общественной жизни и отсутствие приемлемых новых правил и есть ситуация утраты старой идентичности, ситуация идейно-идентификационного кризиса» [13], – резюмирует И.Б. Чубайс.

В такие времена, естественно, проявляются как раз не лучшие черты национального характера. Ссылаясь на многих исследователей

современного российского менталитета, В.Д. Попов в качестве доминант сегодняшнего психологического состояния российского общества выделяет потерю смысла жизни, неуверенность в завтрашнем дне, страх за экономическое выживание и за сохранение жизни, открытую и скрытую агрессию, депрессию, апатию, самоуничтожение, утрату державности, обломовщину. И одновременно противоречивое российское сознание демонстрирует в реальности выносливость к страданию, искание социальной справедливости, христианское терпение, искание Бога, правды, совесть, порядочность, потребность в наведении порядка [14]. Или, по известному выражению И. Ильина, в России совершается незримое духовное возрождение в зримом распаде.

Сегодня многие уже ощутили необходимость в наличии большой государственной идеи. Президент России Б.Н. Ельцин в июне 1996 года призвал найти новую идею для страны. «Российская газета» объявила читательский конкурс «Идея для России». Но весной 1998 года было заявлено, что результаты конкурса подводиться не будут. И даже в период острых предвыборных баталий политические лидеры не блеснули проницательным умом, и не предложили идеи, которая бы покорила их избирателей и повела бы за собой из серого духовного хаоса к просветлению. Стало ясно, что административным путем такую проблему не решают.

«Следует с самого начала развеять одно недоразумение, связанное с привычкой власти «заказывать идеологию», — пишет А.С. Панарин. —... Власть предрешающие — заказчики на «Большую идею» не подозревают, с какими энергиями им, в самом деле, предстоит столкнуться. «Большая идея» — это ответ человеческого духа на условия и обстоятельства, оскорбляющие наши чувства высшей правды и высшей справедливости. Отсюда нам и открываются будущие стороны «Большой идеи» [15].

Попробуем рассуждать о возможной сути новой национальной идеи с указанных позиций, учитывая главные исторически сложившиеся российские ценности, которые совокупно выделены в исследованиях И.Б. Чубайса: «православие, собиранье земель и общинный коллективизм» [16]. Что сегодня оскорбляет наши чувства высшей правды и справедливости?

Вспомним кадр из фильма Станислава Говорухина «Россия, которую мы потеряли». Бабушка идет по рынку, где цены на продукты таковы, что она не может купить ничего. За кадром звучит вывод автора: не может быть будущего у страны, которая во имя этого будущего отдала на заклание своих стариков-родителей. Наше общество сегодня так и поступило, чем закрыло себе пер-

спективы развития. Поэтому, думается, новая большая идея обязательно должна быть связана с традиционным для Руси принципом общинности, который обеспечивает взаимопомощь и взаимозащиту.

Очевидно, что новая национальная идея должна способствовать преодолению кризиса власти. В ней, по мнению Панарина, с которым трудно не согласиться, должно реализоваться исконно русское стремление к справедливости, выраженное в подлинно демократических принципах «честной игры», то есть настоящей соревновательности в различных областях деятельности, и, в первую очередь, в хозяйственной, беззастенчиво монополизированной сегодняшней номенклатурой. Только тогда и можно будет всерьез рассчитывать, что деятельность народа, направленная на обустройство своей жизни и внутренней жизни страны, будет успешной.

Православие с его особым акцентом на духовность и нравственность как основа национального характера не может не формировать внутреннего протеста людей против этической вседозволенности и эстетического нигилизма современной российской жизни. Социокультурная направленность новой национальной идеи естественным образом должна опираться на традицию и религию. Иначе идея окажется ментально несовместимой с национальным характером и просто будет не признана и не принята им.

Национальная идея, базирующаяся на лучших чертах национального российского характера, способна возбудить патриотизм, а уж более могучей силы для преобразований, чем любовь к своей Родине, невозможно и придумать.

Не следует забывать, предупреждает А.С. Панарин [17], что новая идея формулируется в период, когда человечество завершает свой очередной этап развития и переходит в следующий — постиндустриальный. Есть два сценария этого перехода. Западный вариант — продолжение развития потребительской цивилизации — явно предполагает добровольный геополитический передел мира, то есть некоторые наиболее слабые страны должны будут охотно поделить своими ресурсами с более развитыми в технологическом отношении государствами, отдав тем самым в более сильные руки самое свое существование, проголосовав за продолжение развития потребительской цивилизации. И сильные державы будут тянуть всю планету до тех пор, пока не изобретут новый, более справедливый проект для человечества.

Другой вариант предусматривает тотальное преобразование ценностного типа, включая новые принципы жизнестроения, новые цели, открывающие перспективу для всех, а не только сильных западных держав. Должна произойти

смена «морали успеха». Новая культура станет предполагать во взаимоотношениях между природой, космосом и земной цивилизацией принцип эквивалентного обмена, принцип ответственного потребления.

Думается, что новая большая идея России должна выставить альтернативный западному образцу постиндустриального развития. Условия для рождения такой идеи именно в России как раз созрели. В качестве эффективного механизма выработки и утверждения новой идеи, по мнению И.Б. Чубайса, может выступать «гражданская дискуссия» [18].

И здесь самое время вернуться к теме нашего разговора – информационной политике, одной из целей которой мы назвали *необходимость как можно более адекватно отражать в непрерывном информационном потоке характерные черты бытия данной эпохи на данной территории, чтобы помочь человеку сориентироваться в конкретно-исторической обстановке*. Более масштабно и регулярно чем журналистика через свою систему средств массовой информации этого не может сделать никакой другой социальный институт. Тематика, связанная с поиском национальной идеи, явно согласуется с данной целью. А предложенная форма гражданской дискуссии представляется наиболее уместной, если иметь в виду, что гражданами в государстве являются все люди, в нем проживающие: политики, бизнесмены, ученые, общественные деятели, рядовые жители и, само собой, журналисты.

Журналистика как социальный институт осуществляет информационную политику, реализуя в ней вышеназванные цели и задачи главным образом через систему средств массовой информации. А каждое СМИ, в свою очередь, разрабатывает собственную информационную политику, под которой, согласно определению Е.П. Прохорова, понимается «идейно-творческая концепция ведущихся проблемно-тематических линий, направление данного СМИ, характер разработки которого определяется социальной позицией и воплощается в совокупности принятых форм реализации программы» [19].

Поскольку характер информационной политики определяется социальной позицией, то важно понять, чья это позиция? Если считать, что средство массовой информации выпускают журналисты, то их социальная позиция в идеале определяется миссией профессии и информационными целями из нее вытекающими, о которых шла речь выше. В этом случае логично предположить, что журналисты должны обладать знаниями о моделях устойчивого развития общества в условиях окружающей среды, то есть представлять себе научную картину мира и следить за динамикой ее развития.

Кроме того, для реализации конкретно-исторической цели информационной политики им необходимо обладать представлениями о реальной картине мира, чтобы оценить ее в сравнении с научно обоснованным образцом и иметь возможность сделать наиболее вероятностный социальный прогноз. И, разумеется, информация о реальной общественно-политической жизни своей страны особенно важна для аудитории, ожидающей от СМИ объективных сведений для того, чтобы самостоятельно сориентироваться в своих личных способах действия.

Это в идеале. В реальной же общественно-политической жизни журналисты, как и другие люди, тоже вынуждены выстраивать оптимальную линию своего поведения. Информационную политику СМИ они формируют под влиянием не только научных знаний о мире (если они вообще ими обладают), но и ряда факторов реальной действительности. Субъектами, которые более всего сегодня фактически влияют на процесс формирования информационной политики СМИ, являются *управляющие органы данной страны, региона, города*. Власти оказывают влияние через свою информационную политику, продуманную и организованную или спонтанную и хаотическую. Продуманная информационная политика государственных органов власти в каждом тематическом направлении сформулирована в различных доктринах, концепциях, положениях, меморандумах, законах, планах и других документах, публично предъявляемых властью населению. Так, например, в интересующей нас информационной сфере деятельности в 2001 году в России принята «Доктрина информационной безопасности населения». Некоторые документы имеют длительный характер действия, другие же обновляются периодически, чаще всего ежегодно. Журналист, ведущий в редакции какое-либо тематическое направление, непременно должен ознакомиться с актуальными для данного периода государственными документами, регламентирующими данный вид или сферу деятельности. Эти документы позволяют понять, чему именно и почему в каждой из отраслей государство в данный момент уделяет особое внимание, чему дается «зеленый свет», оказывается всевозможная поддержка, и на что официальные власти призывают направить свои усилия. Без знаний такого рода может оказаться, что журналист ломится в открытые двери или же стучится о стенку лбом, не подозревая, что двери рядом. Основное содержание деятельности государственных органов и формы взаимодействия с ними населения работники редакции должны представлять себе отчетливо, если они хотят действовать эффективно.

Это вовсе не значит, что деятельность государства — священная корова, которая при любых обстоятельствах должна оставаться вне критики. Не секрет, что она далеко не всегда бывает научно обоснованной и прогрессивной. Принятые законы приходится выполнять, даже если они плохие. Но при этом не запрещено публично обсуждать и обоснованно критиковать их недостатки. Такая инициатива может исходить от журналистов и аудитории издания. Правда, реализованной она окажется, если против того не станет возражать учредитель или собственник издания.

*Учредители и собственники СМИ* — субъекты, которые также весьма существенно влияют на информационную политику издания, потому что определяют его цели. Среди них могут быть самые разные организации, в том числе и государственные, а также частные лица с любой профессией. И поэтому профессиональная миссия журналистики чаще всего не является для них ориентиром при выборе целей издания. Учредители и собственники, кроме того, могут иметь частные интересы, не во всем согласованные с общественными. Журналисты, в том числе и главные редакторы, если они не являются учредителями и собственниками издания, могут позволить себе лишь ту свободу действия, о которой они договорились с учредителем и собственником и которую зафиксировали в Уставе и учредительном договоре редакции.

Полностью игнорировать волю таких субъектов как органы власти, учредители и собственники изданий, влияющие на информационную политику издания, разумеется, не удастся никому СМИ. Но и считать себя всецело зависящими от них тоже не стоит. Во-первых, потому, что цели, сформированные на научной основе и реальных потребностях аудитории, журналист может обсуждать с учредителями, собственниками изданий и властью, ведь все они тоже живут в этой стране и уже в силу этого заинтересованы в ее процветании и собственном позитивном имидже в глазах населения. Нет никаких гарантий, что журналист будет услышан, равно как не может быть и полной уверенности, что этого не произойдет. Поэтому для профессионалов пера всегда конструктивен девиз: стучитесь и вам откроется. И, кроме того, субъекты, влияющие на информационную политику издания, далеко не всегда осуществляют тотальный контроль над деятельностью редакций. На чем-то они настаивают, а что-то оставляют на усмотрение авторов. И это свободное для реализации профессиональной миссии журналистов пространство порой оказывается весьма просторным и, увы, далеко не полностью освоенным.

Все-таки многое зависит от профессиональной подготовленности журналиста и его личной социальной позиции. Он тоже является субъек-

том, формирующим информационную политику своего издания, причем, не только стратегическую, но и тактическую, вплоть до ежедневной. И ему просто невозможно продиктовать сверху буквально каждую строчку, особенно если, у него есть собственные знания, творческие способности и активная социальная позиция. Об этом убедительно свидетельствует творчество лучших публицистов.

Желание проявить творческую индивидуальность, реализовать свое профессиональное предназначение в совокупности с правами работника редакции делает *журналиста* активным субъектом, участвующим в формировании информационной политики издания. Власть, учредители и собственники, как уже сказано, также активно реализуют свои права и возможности в формировании информационной политики изданий. А вот аудитория, для которой собственно и предназначен изготавливаемый информационный продукт, активным субъектом формирования информационной политики издания может стать лишь при условии, что ее захотят сделать таковым вышеназванные субъекты, изучив ее потребности и интересы и учитывая их при тематическом планировании. Такие желания у влиятельных субъектов может породить развитый экономический рынок СМИ и подлинная политическая демократия, при которых движущей силой всех процессов является именно аудитория с ее потребностями, общественным мнением и активной гражданской практикой.

В этом случае процесс управления носит действительно природный характер, то есть любые изменения диктуются не чьей-то субъективной волей, а потребностью преодолеть все отклонения от нормы, которые мешают людям жить и развиваться. Таким образом, можно сказать, что оптимальную информационную политику издания диктуют именно потребности и интересы аудитории. Или можно выразиться иначе: *аудитория* является главным субъектом, формирующим информационную политику издания, а также одним из основных признаков, формирующих тип издания. Это утверждение вполне согласуется с природной миссией журналистики, деятельность которой направлена на то, чтобы обеспечить аудиторию необходимой для жизни и развития информацией.

Особо следует подчеркнуть, что учитывать потребности и интересы аудитории нужно непременно в совокупности друг с другом. Если же редакция будет ориентироваться только на интересы аудитории, то издание неизбежно превратиться в сенсационное, цель которого ограничивается тем, чтобы любыми путями удивить, возбудить интерес, развлечь читателя. Пользы

от такого чтения немного. Если же, наоборот, редакция будет стремиться удовлетворять только потребности аудитории, не пытаясь сделать свои сообщения интересными, то при всей полезности издание может оказаться трудным для восприятия широкой аудиторией.

Очевидно, чтобы учитывать информационные потребности и интересы аудитории, их надо изучать. И важно подчеркнуть, что аудитория и ее общественное мнение может быть весьма сильным союзником журналистов, осуществляющих информационную политику издания в соответствии со своей профессиональной миссией.

Итак, субъектами, формирующими информационную политику издания, являются аудитория с ее интересами, потребностями и реальной практикой; государство, управляющее социальной средой, в которой аудитория живет и действует; учредитель и издатель средства массовой информации с его целевыми установками; редакционный коллектив во главе с редактором и каждый конкретный журналист с их онтологически определенной профессиональной миссией, а также личной социальной и профессиональной позиций. Всем им предстоит сойтись на коммуникативной площадке конкретного издания и вести дискуссию, обсуждая проблемы современной жизни, от частных и мелких до глобальных и общественных, с целью устойчиво жить и развиваться на планете Земля в стране, в которой им довелось проживать.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Панарин А.С. Политология : учебник для вузов / А.С. Панарин. — М. : Проспект, 1997. — С. 25.
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики : учебное пособие / Е.П. Прохоров. — М. : Изд. РИП-Холдинг, 1998. — С. 40-41.
3. Уледов А.К. Структура общественного сознания / А.К. Уледов. — М., 1968. — С. 60-126.
4. Попов В.Д. Социальная информациология и журналистика : учебное пособие / В.Д. Попов. — М. : Изд-во РАГС, 2007. — С. 72.

5. Шаповалов В.Ф. Россияведение : учебное пособие для вузов / В.Ф. Шаповалов. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. — С. 42-43.

6. Попов В.Д. Социальная информациология и журналистика : учебное пособие / В.Д. Попов. — М. : Изд-во РАГС, 2007. — С. 63.

7. Шаповалов В.Ф. Россияведение : учебное пособие для вузов / В.Ф. Шаповалов. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. — С. 42-43.

8. Бердяев Н. Судьба России : Сочинения / Н. Бердяев. — М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс; Харьков : Изд-во Фолио, 2000. — С. 273.

9. Лихачев Д. Русское искусство от древности до авангарда / Д. Лихачев. — М., 1992. — С. 26.

10. Отечествоведение : учебник для старших классов средней школы / Барулин А.Н. и [и др.]. — М. : Захаров, 2004. — С. 226.

11. Отечествоведение : учебник для старших классов средней школы / Барулин А.Н. и [и др.]. — М. : Захаров, 2004. — С. 219-220.

12. Шаповалов В.Ф. Россияведение : Учебное пособие для вузов / В.Ф. Шаповалов. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. — С. 69.

13. Отечествоведение : учебник для старших классов средней школы / Барулин А.Н. и [и др.]. — М. : Захаров, 2004. — С. 223.

14. Шаповалов В.Ф. Россияведение : учебное пособие для вузов / В.Ф. Шаповалов. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. — С. 322.

15. Панарин А.С. Политология: учебник для вузов / А.С. Панарин. — М. : Проспект, 1997. — С. 352-404.

16. Отечествоведение : учебник для старших классов средней школы / Барулин А.Н. и [и др.]. — М. : Захаров, 2004. — 336 с. — С. 250.

17. Панарин А.С. Политология: учебник для вузов / А.С. Панарин. — М. : Проспект, 1997. — С. 352-404.

18. Отечествоведение : учебник для старших классов средней школы / Барулин А.Н. и [и др.]. — М. : Захаров, 2004. — С. 282.

19. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики : учебное пособие / Е.П. Прохоров. — М. : Изд. РИП-Холдинг, 2002. — С. 245.

*Чевозерова Г.В.  
Тольяттинский государственный университет.  
К. полит. н., доцент кафедры журналистики.  
e-mail: gchevozerova@mail.ru*

*Chevozerova G.V.  
Togliatti State University  
PhD in Political Sciences, Associate Professor in Togliatti  
State University's Journalism department.*