

А. Д. ЕВМЕНОВ,

доктор экономических наук, профессор, проректор по учебной работе
Санкт-Петербургского института кино и телевидения

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИНФОРМАТИЗАЦИОННЫМИ ПОТОКАМИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Формирование и развитие рынка информатизационных услуг и продукции в условиях экономического кризиса, сопутствующего становлению демократических основ в Российской Федерации, требуют не только повышения уровня информированности общества о текущих и предстоящих общественно-политических, культурно-массовых, художественно-эстетических, учебно-образовательных, развлекательных и иных фактах и событиях в стране и за рубежом, но

и модернизации самого процесса информатизации, совершенствования его организации и регулирования. В современных российских условиях телевидение, являясь одновременно и средством массовой информации, и средством тотальной коммуникации, при высокой степени конкурентности продукции телекомпаний не в состоянии функционировать и развиваться без рациональной и жизнеспособной организации взаимодействия всех его элементов, без экономического, правового, социального регулирования процесса информатизации.

Одним из условий рационального управления развитием средств массовой информации в целом, телевидения, его отдельных структурных элементов является повышение научной обоснованности эффективной деятельности полифункциональной, сложной социально-экономической и одновременно информатизационной системы средств массовой информации.

Наметившиеся тенденции в развитии средств массовой информации по информационному и коммуникационному обеспечению выхода человека в общественную среду, высвобождению значительного количества свободного времени за счет информатизации и электронизации быта, использованию общеобразовательных и обучающих, развлекательных, культурно-массовых телепрограмм характеризуются низким уровнем создания, хранения и передачи видов информации и знаний, неудовлетворительным положением в развитии качественной базы для информационной экологизации, загрязнением окружающей среды электронными волнами, увеличением информационного загрязнения социальных процессов, вызванных реализацией действующего механизма регулирования производства, содержания, рационализации структуры, распространения, передачи и распределения информации среди сегментов информационного рынка.

Сложность управления системой средств массовой информации в методологическом отношении заключается, прежде всего, в ее многофункциональности. В свою очередь, сложная структура функциональной модели объекта управления определяет сложность ее организационной структуры.

В этой связи отметим, что любая сложная система, состоящая из подсистем с самостоятельными функциями, может быть управляема на основе изучения не только содержания подсистем, под которыми авторы в специализированной литературе рассматривают журналистику, художественное вещание и другое, но и содержание связей между ними. Однако изучение средств массовой информации, на наш взгляд, должно осуществляться не только на комплексной, но и, в первую очередь, на системной основе.

Особое место следует отвести средствам массовой информации в осуществлении концепции создания в России информационного общества. Основной содержательной частью данной концепции является создание суперплюралистического общества, ориентированного на общечеловеческие ценности и потребности, на полное удовлетворение ими общества. Такое общество может противостоять социальным и природным возмущениям, конфликтам и катастрофам. Оно может не только выжить, но и развиваться, поставив человека в центр этого развития. Решение проблемы перехода к новой постиндустриальной цивилизации выдвигает задачу удовлетворения потребностей в информации, свободном времени, создании условий для всестороннего духовного развития личности.

Возникновение информационной цивилизации связано с глубокими технологическими, социальными, экономическими, политическими, духовно-культурными преобразованиями. Наиболее развитые страны Запада и Япония уже поднялись на первую ступень такой цивилизации. Очевидно, что роль и функции средств массовой информации в контексте предлагаемой нами концепции могут определяться теми задачами, которые эта концепция решает.

Таковыми задачами, решение которых позволяет считать общество информационным, можно считать:

- обеспечение каждому гражданину возможности бесплатно или за приемлемую плату получить необходимую информацию и знания;
- создание технологии информатизационного процесса, позволяющей наиболее эффективно формировать, хранить и передавать все виды информации и знаний, а также обеспечивающей включение в глобальную информационную систему;

— создание эффективно действующего института и социальных механизмов, обеспечивающих экспоненциально нарастающее производство всей информации и знаний (а также доступ к ним), необходимых для обеспечения потребностей и жизнедеятельности отдельных граждан и их групп, предприятий, общественных объединений, органов управления и государства в целом.

В решении перечисленных задач телевидению отводится весьма значительная роль. Еще более существенной становится роль телевидения, если рассматривать ее под углом зрения новой концепции социальной информации. Эта концепция рассматривает информатизацию не просто как науку, а как более широкую систему деятельности, объединяющую в единое целое науку, технику и индустрию, а социальную информацию представляет как единство науки и практической социальной деятельности по информатизации общества.

В концепции социальной информации отсутствует одно существенное звено, без которого социальная информация теряет смысл. Этим звеном может, на наш взгляд, выступать культура. Рассматривая социальную информацию как средство науки, техники, культуры и социальной деятельности по информатизации общества, можно обнаружить ее полную тождественность с сущностью телевидения, изложенной в приведенном выше определении. Индустрия средств массовой информации вообще, а телевидение в наибольшей степени, отличается, на наш взгляд, от любого другого вида производства тем, что его продукция непосредственно воздействует не только на индивидуальное, но и на массовое поведение людей. Если социальный эффект, получаемый от использования какой-либо продукции (товары народного потребления, коммунальные услуги, услуги просвещения, образования, культуры), проявляется опосредованно и распределен во времени, то социальный эффект от телевидения достигается практически мгновенно и на конкретной территории, причем в массовом проявлении.

Таким образом, можно говорить о важнейшей функции телевидения как средства массовой информации, более конкретно — это осуществление социальной информации в процессе взаимодействия с обществом. Такое взаимодействие происходит в направлениях воздействия информации на социум при соответствующей его информатизации, воздействия социума на информационный процесс (обратная связь).

Фундаментальной частью предлагаемой концепции управления информатизационными потоками в средствах массовой информации является познание законов взаимодействия общества и информатики, а прикладной частью — создание информационного общества на основе гуманистической ориентации процесса информатизации.