

4. Симонов Б. Топорный рейд на «ДСК-500» // <http://www.compromat.ru> от 02.06.2008.
5. Сотник В. Известного тюменского бизнесмена довели до суицида // <http://www.URA.ru> от 8.12.2008.
6. Рейдеры на пороге: методы борьбы // <http://www.bishelp.ru> от 15.04.2009.
7. Уголовная ответственность за рейдерство // <http://www.klerk.ru> от 24.12.2008.
8. Сеница О. Новые установки по борьбе с рейдерством // Бизнес-журнал онлайн от 29.8.2008.
9. НАК: Российские банки занялись рейдерством // <http://www.ma-journal.ru> от 18.03.09.
10. Горшков П. Рейдерство стало убыточным // <http://www.ma-journal.ru> от 10.02.2009.

**Анастасия Александровна ДОЛГУШЕВА** —  
специалист I категории  
Управления внешнеэкономической деятельности  
ОАО «Сургутнефтегаз»,  
соискатель кафедры менеджмента  
Омского государственного  
технического университета  
[dolanastasiya@mail.ru](mailto:dolanastasiya@mail.ru)

УДК 65.012.4

## **О СУЩНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ** **ON ESSENTIALITY OF CORPORATE INFORMATION POLICY**

**АННОТАЦИЯ.** Данная статья посвящена раскрытию содержания понятия «информационная политика предприятия». Информационная политика в своей структуре имеет четыре взаимосвязанных блока; представляет собой стратегический ресурс, способный существенно воздействовать на результативность функционирования предприятия.

**SUMMARY.** The article describes the contents of the concept of «corporate information policy». The structure of corporate information policy has four overlapping blocks. Information policy is a strategic resource of the enterprise that can significantly affect the performance of the company.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА.** Информация, политика, информационная политика предприятия, информационный менеджмент, информационные технологии.

**KEY WORDS.** Information, policy, corporate information policy, information management, information technologies.

Для современного общества на первый план выходят информация, передача новых знаний, технических и научных идей. При этом возникает необходимость централизовать поставляемые информационные ресурсы. Как результат, появляются не только «правила игры», характерные для информационного пространства, но и новый тип субъектов деятельности. Набор этих позиций, соответствующие им формы поведения, интересы и установки по отношению к информационному полю создают базовые условия для возникновения такого феномена новейшего времени, который получил обобщенное название «информационной политики».

Несмотря на то, что понятие «информационная политика» широко используется в различных отраслях знания (теоретической и сравнительной полити-

логии, коммуникационном менеджменте, социальной и политической психологии, коммуникативистике, экономической информатике и т.д.) и достаточно продолжительное время употребляется в академической, экономической и общественно-политической среде, отсутствует согласованный подход к определению данного термина, не утихают дискуссии по поводу сущности этого понятия. Оставляя за рамками настоящей статьи задачи детального изучения весьма пестрой палитры мнений относительно термина «информационная политика», выделим самые распространенные. Многие исследователи рассматривают информационную политику только применительно к институтам политики, государства, международных отношений [1], [2]. Этот подход слишком узок, в качестве сферы применения термина обозначаются только государство и власть. Другие авторы определяют информационную политику как «совокупность постоянно ведущихся проблемно-тематических линий, характер разработки которых определяется социальной позицией данного СМИ и воплощается в совокупности принятых форм реализации идейно-творческого направления издания или программы» [3; 214]. Данное определение весьма дискуссионно, так как, на наш взгляд, тождественно понятию «редакционная политика СМИ». По мнению других исследователей, информационная политика — система мероприятий, определяющих интенсивность, качество процессов формирования, преобразования, хранения, передачи и использования информации [4]. Однако и в этом случае говорить о полноте раскрытия содержания данного понятия не приходится. Встречаются и такие определения изучаемого термина: «Информационная политика — информирование всех сотрудников компании о ее текущем состоянии, поддержание корпоративной лояльности, регламентация доступа различных сотрудников и подразделений к корпоративной информации (в том числе и представляющей коммерческую тайну), своевременное доведение приказов и распоряжений руководства; в том числе и внешняя информационная работа компании — связи с общественностью, которые осуществляются в рамках строго регламентированной системы» [5; 15]. Данное определение не раскрывает полностью содержание исследуемого понятия, концентрируя внимание только на информационной работе с общественностью (внутренней и внешней).

Для восполнения пробелов в категориальном осмыслении информационной политики эффективным представляется использование способа образования данного термина путем объединения и обобщения содержания входящих в его состав понятий «информация» и «политика».

В целом, по нашему мнению, информация, будучи многогранным явлением, безусловно, требует столь же многоаспектного ее понимания. Что бы ни понималось под этим термином в каждом конкретном случае, в определение «информационная политика» нами будет положено понимание информации как объекта намеренной манипуляции, выполняющего чисто техническую функцию, наряду с другими потенциальными ресурсами деятельности: кадрами, материально-технической базой, финансами и т.д. [6].

Под политикой организации понимают систему правил, в соответствии с которыми ведет себя система в целом и по которым действуют люди, входящие в эту систему [7; 18]. В контексте управления информационными потоками необходимо рассматривать информационную политику.



Содержательное наполнение термина «политика» в системе экономических понятий определяется через категорию «деятельность»\*. В случае с информационной политикой — это деятельность по созданию условий и предпосылок, устойчиво обеспечивающих эффективное управление информацией, нацеленное на достижение долгосрочных стратегических приоритетов предприятия.

Таким образом, проведенный анализ категорий «информация» и «политика» дает возможность сформировать понимание информационной политики предприятия как способа обращения с имеющимися информационными потоками и ресурсами со стороны различных субъектов (например, государства или государственных органов), либо отдельных организаций и учреждений, которые имеют свои интересы при работе с информацией.

«Информационная политика предприятия» — объемное понятие и включает, по нашему мнению, как минимум четыре взаимосвязанных блока: делопроизводство, информационный менеджмент, маркетинговая составляющая и блок управления знаниями.

**Делопроизводство.** Часто информация фигурирует в образе *документа* или *документированной информации* (записи информации в установленной форме). В управлении предприятием документом является форма и способ выражения организационно-управленческих решений и воздействий. Совокупность реквизитов, идентифицирующих конкретный документ, определяется соответствующими регламентирующими и руководящими документами по делопроизводству или отраслям технологической документации [9], [10]. Важным реквизитом, идентифицирующим документ, является подпись должностного лица. При работе с компьютерными документами эту функцию выполняют электронные цифровые подписи, основанные на криптографических методах, закрепленные соответствующими процедурами [11] и применяемые в телекоммуникационных системах передачи данных. Документирование информации — это выделение единичной смысловой части информации (данных) по некоторой предметной области в общей массе, обособление этой части с приданием самостоятельной роли (имя, статус, реквизиты и т.п.). Процесс документирования превращает информацию в информационные ресурсы.

Делопроизводство — отрасль деятельности, обеспечивающая документирование и организацию работы с официальными документами. Информационная политика предприятия в рамках этого блока регламентирует работу по документационному обеспечению управления: обеспечивает выполнение общих требований к подготовке документов; составление и оформление основных видов документов; учитывает все аспекты работы с документами, в том числе систематизацию и обеспечение их сохранности.

**Информационный менеджмент.** Понятие «информационный менеджмент» как самостоятельное используется в экономической информатике с 70-х гг. прошлого столетия. В научной литературе в последнее время весьма распространено понимание информационной политики как центрального понятия информационного менеджмента предприятия, сущностные черты которого были определены В.В. Воробьевым: «Во-первых, это деятельность определенных субъ-

---

\* Например, «товарная политика — маркетинговая деятельность, связанная с планированием и осуществлением совокупности мероприятий и стратегий по формированию конкурентных преимуществ и созданию таких характеристик товара, которые делают его постоянно ценным для потребителя и тем самым удовлетворяют ту или иную потребность, обеспечивая соответствующую прибыль компании» [8; 227].

ектов осуществлять сбор, формирование, распространение и использование информации в целях обеспечения информационной безопасности. Во-вторых, информационный менеджмент есть, очевидно, часть «системы регулирования возникающих при этом общественных отношений» [12; 159]. Информационный менеджмент является подсистемой принятия решений и направлен на управление процессами создания, разработки и распределения информации. Одной из главных функций информационного менеджмента является разработка такой организационной структуры, которая позволила бы своевременно представлять объективную информацию в нужное место, нужное время и в удобной форме для принятия эффективного решения.

В рамках информационного менеджмента работа в информационной сфере осуществляется с целью ее изменения и организации, то есть информация здесь выступает объектом. Главным способом реализации информационной политики в рамках этого блока является создание информационных систем, обеспечивающих совершенствование управленческой деятельности на основе комплексной автоматизации управления всеми производственными и технологическими процессами, а также трудовыми ресурсами. По видам процессов управления информационные системы (далее — ИС) делятся на: ИС управления организационно-технологическими процессами, интегрированные ИС (предназначены для автоматизации всех функций управления фирмой и охватывают весь цикл функционирования экономического объекта); корпоративные ИС (используются для автоматизации всех функций управления фирмой или корпорацией, имеющей территориальную разобщенность между филиалами и офисами); ИС научных исследований; обучающие ИС [13; 10].

Основной составляющей частью ИС является информационная технология, развитие которой тесно связано с развитием и функционированием ИС. Информационная технология (ИТ) представляет собой процесс, использующий совокупность методов и средств реализации операции сбора, регистрации, передачи, накопления и обработки информации на базе программно-аппаратного обеспечения для решения управленческих задач экономического объекта. Основная задача ИТ — в результате целенаправленных действий по переработке первичной информации получить информацию нового качества, на основе которой вырабатываются оптимальные управленческие решения. ИТ является процессом, состоящим из четко регламентированных правил выполнения операций над информацией, циркулирующей в ИС, и, по мнению Г.А. Титоренко [13; 20-28], зависит от степени централизации технологий обработки данных, особенностей предметной области, степени охвата задач управления, класса реализуемых технологических операций, типа пользовательского интерфейса, способа построения сети.

Информационные технологии и образуемые ими информационные системы являются неотъемлемой частью информационной политики. Главный принцип информационной политики здесь — принцип релевантности, т.е. соответствия информационных и исполнительных механизмов управления.

**Маркетинговая составляющая.** Исследователь В.Н. Татаренко считает, что информационная стратегия является частью маркетинговой стратегии предприятия. Встроенная в процесс стратегического планирования и управления, она решает задачи информационного обеспечения принимаемых на уровне предприятий решений по достижению поставленных целей [14].

В рамках этого блока информация выступает инструментом и воспринимается как способность воздействия (информационного) на сознание и поведение людей. Здесь, по нашему мнению, информационную политику, в рамках которой



осуществляется процесс управляемой коммуникации, следует рассматривать как комплекс целенаправленных мероприятий в информационной сфере, связанных с внедрением определенных содержательных положений в сознание различных целевых групп и позволяющих в итоге эффективно осуществлять любые необходимые для субъекта информационной политики действия в экономической, политической и прочих сферах жизнедеятельности.

Информационная политика здесь ориентирована на реализацию таких задач, как формирование позитивного имиджа предприятия, благоприятного общественного мнения вокруг его деятельности, оказание различного рода информационных услуг. В.Н. Татаренко в своем исследовании отмечает идентичность сфер влияния коммуникативной политики предприятия и информационной политики, различны лишь цели: коммуникативная политика стремится к достижению лучших стратегических и операционных показателей, конечная цель информационной политики — увеличение влияния фирмы на все значимые элементы макро- и микроокружения. Мы разделяем также мнение исследователя о том, что коммуникативная политика может рассматриваться как одна из возможных сфер проявления информационной политики.

**Управление знаниями.** Для информационного пространства характерно четкое разделение таких понятий, как «информация» и «знание», которые в обычном сознании являются, по сути, синонимами. В практике деятельности в информационном пространстве информация рассматривается как ресурс — «сырье» для «производства знаний». Знание здесь не рассматривается как нечто незыблемое и постоянное (не зависящее от изменяющейся ситуации и являющееся истинным вне зависимости от диапазона возможных интерпретаций). Основным признаком такого знания является зависимость от многих факторов.

Для того, чтобы использовать информацию эффективно, компания должна обладать механизмом трансформации информации в знание. Обладание информацией еще не означает обладание знаниями. Знания представляют собой проверенные общественной практикой полезные сведения, которые могут многократно использоваться людьми для решения тех или иных задач. Как отмечает группа исследователей, знания — это логически полный ограниченный набор сведений для непосредственного решения требуемой задачи подготовленными специалистами [15; 23]. Полезная информация — это набор сведений (разъяснений, сигналов), уменьшающих степень неопределенности у их получателя. В отличие от знаний этот набор может быть логически не полным и содержать «информационный мусор» — данные, не несущие полезной информации и многократно увеличивающие временные и прочие издержки пользователя на извлечение и обработку полезной информации.

Каждый из блоков информационной политики заслуживает детального рассмотрения, так как умелое управление информационным потенциалом компании имеет все шансы превратить его в уникальное конкурентное преимущество предприятия. Кроме того, совершенствование деятельности предприятия по каждому из направлений в конечном итоге превратит информационную политику в стратегический ресурс, способный существенно воздействовать на результативность функционирования предприятия.

Информационная политика предприятий различных сфер отличается рядом характерных особенностей. В процессе формирования и осуществления информационной политики предприятия необходим максимальный учет специфики деятельности организации. Здесь важными являются такие факторы, как специфика организационной структуры предприятия, его стратегия существования на

рынке, область действий фирмы, специфика рынка, особенности процесса принятия управленческих решений, управление производственными операциями и услугами и т.д. Информационная политика организации должна быть неразрывно связана с основными параметрами деятельности организации, иметь четкую ориентированность на достижение конкретных результатов в информационной сфере, а также соответствовать реалиям рынка, в котором она функционирует.

Для последовательного осуществления информационной политики необходим целый набор регулирующих документов. Они должны не только прописывать основные положения информационной политики, сферу ответственности каждого из тех, кто ответственен за ее реализацию, но и определять направления, в которых эта информационная политика должна развиваться, и четко регламентировать информационные цели, задачи и средства, которые способствуют их решению, а также описывать «правила игры», согласно которым компания и ее отдельные представители действуют в информационной сфере.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М.: МГУ, 1999. 208 с.
2. Нисневич Ю.А. Информация и власть. М.: Мысль, 2000. 175 с.
3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. М.: МГУ, 1995. 367 с.
4. Нисневич Ю.А. Программа курса «Государственная информационная политика» // Вестник РУДН. Сер.: Политология. 2003. № 4. С. 106-117.
5. Матковский А. Информационная политика компании // Коммерческий директор. 2006. № 8.
6. Зуев С.Э. Понятие информационной политики. <http://www.culturalmanagement.ru/books/488>.
7. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. СПб., 2006. 336 с.
8. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: учебник для вузов. М.: Экономика, 2001. 718 с.
9. Закон Российской Федерации «Об информации, информатизации и защите информации» от 20.02.1995 г. № 24-ФЗ. М.: Ось-89, 2005. 32 с.
10. ГОСТ Р 6.30-97. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. М.: Госстандарт России, 1997. 22 с.
11. ГОСТ Р 34.10-94. Информационная технология. Криптографическая защита информации. Процедуры выработки и проверки электронной цифровой подписи на базе асимметричного криптографического алгоритма. М.: Госстандарт России, 1994. 18 с.
12. Воробьев В.В. Роль информационного менеджмента в развитии российского общества // Стратегии динамического развития России: единство самоорганизации и управления: М-лы Первой международ. науч.-практ. конф. Т. II. Ч. 1. / Под общ. ред. В.Л. Романова. М.: Проспект, 2004. С. 158-160.
13. Информационные технологии управления: Учеб. пособие для вузов. / Под ред. Г.А. Титоренко. 2-е изд., доп. М.: Юнити-Дана, 2004. 439 с.
14. Татаренко В.Н. Информационная политика предприятия в системе конкурентных маркетинговых взаимодействий. Дисс. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. СПб.: РГБ, 2006. 330 с.
15. Информатизация менеджмента: Учебник / Под ред. М.С. Клыкова и Э.С. Спирidonова. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 584 с.