
ЕВРАЗИЙСКОЕ ПРОСТРАНСТВО: ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 327:002
ББК 66.4(0)+76

DOI 10.22394/1682-2358-2017-4-28-35

S.V. Venidiktov, *Candidate of Sciences (Philology), Docent, Head of the Social and Humanitarian Disciplines Department, Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Belarus*

D.V. Akaev, *Candidate of Sciences (Sociology), Docent of the Sociology and Social Policy Department, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*

INTEGRATION RESOURCES OF INFORMATION IDEOLOGY IN THE EURASIAN SPACE

The authorial interpretation of information ideology as a resource of communication integration in the Eurasian Economic Union (EAEU) is presented. When analyzing a new type of relations between society and the state in the information sphere of the EAEU, the concept of media citizenship is introduced, which creates the basis for the formation and approval of information ideology.

Key words and word-combinations: information ideology, media literacy, media citizenship, Eurasian integration.

С.В. Венедиктов, *кандидат филологических наук, доцент, начальник кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД Республики Беларусь (email: venidiktov@institutemvd.by)*

Д.В. Акаев, *кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальной политики Поволжского института управления имени П.А. Столыпина — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: d_akaev@mail.ru)*

ИНТЕГРАЦИОННЫЙ РЕСУРС ИНФОРМАЦИОННОЙ ИДЕОЛОГИИ В ЕВРАЗИЙСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. Дана авторская трактовка информационной идеологии как ресурса коммуникационной интеграции в Евразийском экономическом союзе. Вводится понятие медийной гражданственности, создающее основу для формирования информационной идеологии.

Ключевые слова и словосочетания: информационная идеология, медийная грамотность, евразийская интеграция.

Идеология как фактор консолидации социума, стратегически необходимый в условиях утверждения идентичности национальных государств, в своем традиционном

понимании сегодня теряет актуальность: в глобализирующемся обществе инертная идеология может выступать препятствием для интеграционных процессов. Такая позиция прослеживается уже в работе Д. Белла «Конец идеологии», опубликованной в 1960 г. Концепция «деидеологизации» в 1950–1960-е годы поддерживалась рядом западных ученых (Р. Арон, З. Бжезинский, Дж. Гелбрейт, С.М. Липсет, К. Поппф и др.). Подобные взгляды основывались на ошибочном отождествлении идеологии с практикой тоталитарных режимов первой половины XX в., а также на распространившейся в условиях научно-технической революции иллюзии о рационализации социума, в котором отпадает потребность в существовании идеологических доктрин.

Последовавшая во второй половине 1970-х годов реабилитация понятия идеологии как регулятора социальных отношений в 1990-х гг. подверглась критике со стороны приверженцев теории конвергенции. Ф. Фукуяма, У. Матц и другие авторы утверждают, что процесс индустриализации приводит к появлению общих социальных, культурных и политических черт в обществах с различными культурно-историческими традициями, в связи с чем понятие идеологии в его «классической» трактовке теряет смысл. Тем не менее с начала XXI в. отмечается тенденция реидеологизации социальных процессов, звучат заявления о возможном создании новых идеологических доктрин. Среди факторов названной тенденции — перераспределение сил в мировом политическом пространстве, создание межнациональных объединений, сочетание процессов глобализации и регионализации, а также потребность в утверждении нового коммуникационного способа существования граждан в информационном обществе.

На наш взгляд, в условиях активизации интеграционных процессов (стремительная эволюция Евразийского экономического союза является тому подтверждением) речь стоит вести не о «смерти», а о «перерождении» идеологии. В первую очередь это связано с изменением предметной стороны понятия: из феномена политическая идеология все больше превращается в конструкт информационный, а ее консолидирующая функция по-новому реализуется в условиях медиатизации политики. Именно массовая информация в ситуации укрепления условности национальных границ и унификации экономических систем становится ведущим фактором как внутри-, так и внешнеполитической интеграции государств. В условиях интеграции евразийского пространства данная закономерность проявляется наиболее очевидно. Единство подходов к созданию общего информационного пространства Евразийского экономического союза, общее понимание принципов функционирования СМИ и их общественного влияния, развитие у граждан навыков декодирования «обработанной реальности», транслируемой медиа, дальнейшая медиатизация политики — все эти актуальные процессы ложатся в основу новой трактовки идеологии в контексте реализации ее интеграционного потенциала. По нашему мнению, целесообразно использовать для ее описания понятие «информационная идеология».

Понятие информационного общества является интегральным и охватывает все уровни функционирования общественной системы, поэтому инфор-

мационная идеология детерминирована влиянием медийных потоков на эту систему. В условиях евразийской интеграции массовая информация предопределяет углубление экономического взаимодействия, функционирование программ межгосударственного образования, трансформирует сознание, меняет характер политического взаимодействия. Основанием информационной идеологии в Евразийском экономическом союзе и ее материализованным проявлением становится выбор индивидом конкретной модели информационного обмена в рамках интеграционных процессов. В контексте эволюции информационной идеологии мы можем говорить о существенном изменении как предмета идеологического дискурса, так и об интерпретации самого феномена идеологии в направлении перехода от идеологического к когнитивному ее пониманию.

Общий механизм утверждения информационной идеологии диктуется положениями неолиберализма, глобализма и постмодернизма, а ее целью является установление в глобализирующемся социуме единого понимания принципов конструирования медийной реальности. Отдельные исследователи (например, российский политолог А.И. Соловьев) считают, что в условиях утверждения новых способов политической коммуникации идеология вытесняется на периферию политики более адаптивными приемами продуцирования политических значений, которые спроектированы не на логические, а на чувственные формы отображения политической реальности (в первую очередь СМИ) [1]. Другие авторы (например, британский социолог Дж.Б. Томпсон) полагают, что медиа существенно расширяют действие идеологии, создавая возможность для передачи символов и образов, в том числе идеологических конструктов, потенциально широкой аудитории [2].

Именно унификация подходов к функционированию массовой информации ныне становится важнейшим фактором общественной интеграции. И, напротив, распространение информационного неравенства, углубляющего социальную дифференциацию, оказывает дезинтегрирующее воздействие на социальную систему. К препятствиям на пути развития информационной идеологии также относится следующее: расширение масштабов манипулирования данными; кризис сферы публичной информации; возрастающая сложность установления смысла визуально-знаковой медиасреды; распространение сетевого противоборства в политической сфере [3]. Как утверждает Н.П. Лукина, «восприятие социальной реальности с точки зрения глобального информационного контекста оказывается лишенным политической, религиозной, национальной специфики, что становится доминирующим вариантом бытия человека в современном информационном пространстве» [4, с. 13–14].

Следовательно, информационная идеология определяется потребностями формирующегося в евразийском интеграционном проекте единого информационного пространства, влияет на качество жизни индивида в информационной среде, материализуется в сфере гражданских действий (что связано с установлением нового типа гражданственности), выступает фактором интеграции социума и поддерживается развитой системой медиакommunikации в межгосударственном формате. С этой позиции выработка единой информа-

ционной идеологии в рамках евразийского пространства является важным интеграционным ресурсом.

При этом в научном дискурсе государств ЕАЭС понятие информационной идеологии является новым, недостаточно осмысленным и разработанным в теории, что, среди прочего, сдерживает формирование единого информационного пространства интеграционного объединения, координацию деятельности как союзных, так и национальных медиа, а также развитие различных форм гуманитарной интеграции. На наш взгляд, идеологизация информационного взаимодействия сдерживается также существующими противоречиями в государственных идеологических доктринах, которые носят объективный характер и обладают значительной инертностью.

В связи с этим возникает закономерный вопрос: каковы ресурсы активизации интеграционного потенциала информационной идеологии в ЕАЭС? Представляется, что в ситуации, когда социальная дистанция более не является фактором дезинтеграции, развитие информационной идеологии в первую очередь зависит от функционирования механизмов прямого доступа рядовых граждан ЕАЭС к источникам информации, а также от наличия компетенций использования этой информации. Если информационная идеология отражает непосредственное эмоционально-чувственное восприятие и переживание процессов и отношений в информационной сфере, то преломление их сквозь призму коллективных интересов способствует формированию информационно-идеологизированных форм выражения этих позиций и целей.

Наиболее сложными процессами, происходящими в социумах многих государств в последние десятилетия, являются процессы связанные с расколом некогда единых государств на независимые, формирование на этой основе новых национальных обществ и дальнейшая реинтеграция этих обществ и государств в новой форме. Кроме изменений политических, экономических и социально-бытовых связей, безусловно фиксируется утеря идеологических основ интегративных процессов. В условиях влияния внешних факторов актуализируется значение интеграционных основ евразийской идеологии, выраженной инициативными проектами активного экспертного сообщества.

Идеологический кризис современных локальных сообществ актуализировал изучение интеграционных основ, выдвигаемых самим населением, равно как и механизмов ее формирования и локализации. В настоящее время при рассмотрении данной проблематики доминирующим остается подход, в рамках которого детерминантами интеграционной активности выступают объективированные и необъективированные притязания людей обладать и пользоваться материальными благами и социальными позициями. Признавая логичность этого подхода, следует отметить его частичную применимость, так как притязания носят исключительно индивидуальный характер.

Самостоятельное «конструирование реальности» на основе медийных материалов при нынешних экспоненциально возрастающих объемах данных невозможно с опорой лишь на бытовой уровень информационной грамотности. В такой ситуации развитие информационной идеологии напрямую связано с формированием нового типа *медийной* гражданственности, отображающего

картину политической реальности в сознании субъектов интеграционных процессов.

Традиционно связанное с категориями политическими, идеологическими и социокультурными, понятие гражданственности в настоящее время проходит этап переосмысления и расширения своего содержания. Существенными составляющими нового типа гражданственности становится сформированность в сознании индивидов медийного образа своего государства, устойчивость данного специфического вида информации к стихийным и преднамеренным искажениям, избирательность в восприятии и трактовке сообщений соответствующей направленности в СМИ. И если основополагающим элементом гражданского поведения является активность (политическая, социальная, экономическая, профессиональная и т.д.), то в случае с медийной гражданственностью речь следует вести об активности и сознательности в осуществлении так называемого информационного выбора. В Фесской декларации о медийной и информационной грамотности (2011 г.) информационная компетентность также связывается с развитием гражданственности: «Медиаинформационная грамотность имеет особое значение для социального, экономического и культурного развития, улучшает качество жизни человека, воспитывает его гражданственность. Грамотность в области медиа и информации играет ключевую роль в привлечении всех граждан, и в особенности молодежи, к активному участию в жизни общества» [5, с. 36]. Как утверждают исследователи ИИТО ЮНЕСКО, отношение современного индивида к информации наполняет новыми смыслами аксиологическую структуру гражданственности: «Первое место в новой системе ценностей, опирающейся на медийную грамотность, занимает защита свободы личности. Вторым по значимости является конструктивный открытый диалог: способность организованных и неорганизованных групп людей генерировать качественную информацию, критически оценивать эту информацию и управлять принятием решений. Далее следует понятие личного и коллективного творческого потенциала, творческого подхода как основного метода решения проблем, внедрения новшеств и достижения социального и экономического прогресса. Следующая в ряду ценностей — идея активной, коммуникативной демократии, на которую опирается демократия в политике» [6, с. 137].

В структуре информационной компетентности, актуальной при анализе любого национального типа аудитории в рамках Евразийского экономического союза, можно выделить следующие компоненты: 1) адекватное восприятие влияния массовой информации на социум; 2) избирательность в потреблении медийного продукта в соответствии с индивидуализированной информационной моделью внешнего мира; 3) сформированность первичных навыков медиакритики; 4) наличие навыков поиска объективной информации; 5) компетенции самостоятельного продуцирования информационных потоков как на контактном межсубъектном уровне, так и на дистантном уровне сетевого взаимодействия.

Без сомнения, что посредством изменения характера потребления массовой информации в евразийском коммуникационном пространстве можно коренным образом изменить восприятие политической сферы интеграции.

Отношение граждан государств ЕАЭС к политике, как и любые другие формы социального взаимодействия, обусловлено медийными образами, нередко не соответствующими реальности. Большая часть медиа при анализе политической сферы стремится минимизировать формулировки ценностного и идейного направления. Имеющие политический контекст темы (политические и экономические противоречия государств-партнеров, экологическая ситуация, односторонние отношения с иными блоками и объединениями, деятельность организаций третьего сектора на уровне ЕАЭС и т.п.) нередко оказываются исключенными из коммуникативного дискурса как несоответствующие запросам «усредненной аудитории». Отсутствие критического мышления, предопределенное пробелами в образовательной системе государств ЕАЭС, имеет следствием формирование психологии «информированного потребительства» политического продукта. Нежелание участвовать в политике приводит к дисбалансу в коммуникативном процессе в структурах евразийского сообщества. Именно поэтому утверждение информационной идеологии и развитие медийной гражданственности аудитории СМИ Евразийского экономического союза призвано формировать умение вести диалог в процессе взаимодействия общества и государства (а также транснациональных структур гражданского общества), необходимый для принятия коллективных согласованных решений.

Показательным примером изучения гражданских инициатив евразийской интеграции можно назвать крайдсорсинг-проект «Евразия 21» Российской академии народного хозяйства и государственной службы. В рамках исследования осуществлен сбор инициативных предложений по решению наиболее актуальных вопросов евразийской интеграции среди заинтересованных в решении данных проблем активистов гражданского общества государств — участников ЕврАзЭС, их публичная и экспертная оценка, и формирование на их основе рекомендаций [7].

Понятие медийной гражданственности актуализируется в условиях формирования единого мирового политического, экономического и информационного пространства, следовательно, имеет критическое значение для развития евразийской интеграции. Евразийская аудитория в условиях отсутствия в государствах ЕАЭС единых подходов к информационному сопровождению интеграционных процессов оказывается в зоне риска манипулятивного медийного воздействия извне.

Доставляемая массовой аудитории информация имеет вид «обработанной реальности», не соответствующей оригиналу; в глобальной инфосфере распространились умалчивание, фрагментация, искусственное конструирование событий. Исследователи СМИ обращают внимание на закономерность: даже независимая позиция индивида в отношении информационных процессов не избавляет его от манипулятивного воздействия СМИ. Данный феномен заключается в том, что аудитория, обладающая вполне самостоятельным мышлением, оказывается не в силах противостоять медийному потоку и подсознательно принимает программу действий, навязанную коммуникатором.

В наиболее распространенной классификации выделяют шесть способов манипулирования: 1) умолчание (утаивание информации от ее получателя);

2) селекцию (избирательный пропуск к реципиенту только выгодной индуктору информации); 3) передергивание (сознательное подчеркивание только одних, выгодных манипулятору, сторон явления); 4) искажение (преуменьшение, преувеличение, нарушение пропорций); 5) переворачивание (замена «черного» на «белое»); 6) конструирование (индуктор сам вводит в оборот ложные данные, не существующие в реальности) [8, с. 113]. В данном контексте современное политизированное общество представляется «обществом спектакля», позволяющим злоупотреблять важными и значимыми общественными идеалами [9]. Примером политической манипуляции может служить публикация в СМИ результатов социологических исследований, в которые включается неполная либо искаженная информация: «Опросы становятся средством формирования мнений граждан, а не средством их выявления. В этой ситуации СМИ чаще отображают ту реальность, которую сами же и сформировали» [10, с. 260].

Таким образом, в потенциале дисфункционального проявления информационной идеологии отражается манипулятивная функция «традиционной» идеологии, на которую обращал внимание еще К. Манхейм. Исследователь считал, что если доминирующая часть социума выдает свои представления за единственно истинные, то идеология может выступать инструментом мистификации, используя как сознательную ложь, так и полуинстинктивное сокрытие истины. Противостоять манипуляции при этом можно посредством соотнесения идеологических конструктов и «социальных позиций» их носителей, что позволит понять различия в представлении реальности индивидами, занимающими различные социальные позиции и имеющими различные идеологические предпочтения.

В ситуации, когда релевантность событий определяется форматом их медийного отображения, а гражданская позиция — экономической выгодой, формирование медийной гражданственности (и на ее основе — утверждение информационной идеологии) становится для государств ЕАЭС стратегической задачей, от решения которой зависит преодоление названных противоречий. В пространстве евразийской интеграции медийная гражданственность приобретает функцию гаранта информационной устойчивости формируемой системы единых приоритетов и ценностей. Считаем, что информационное поведение личности в интеграционном формировании должно основываться на соблюдении баланса: 1) между свободой выражения мнений, правом на информацию и открытость; 2) различными доминирующими информационными потоками в развитии информационного наполнения и технологий (этот социокультурный баланс потребует уважения к культурному разнообразию и создания новых мостов для межкультурного сотрудничества); 3) интеллектуальными и материальными ценностями, частными и общественными интересами [6, с. 141]. В таком случае наиболее общими задачами развития медийной гражданственности как основы информационной идеологии являются усвоение информационных технологий, развитие коммуникативно-интеллектуальных способностей, расширение практик диалога в едином информационном пространстве ЕАЭС [11].

Таким образом, единое понимание гражданами принципов конструирования реальности в медиапространстве, наличие компетенций критической оценки сообщений СМИ и их влияния на социально-политические процессы — все эти факторы коммуникативной интеграции социума определяют содержание новой информационной идеологии. Она детерминирована влиянием медийных потоков на общественную систему и не вписывается в традиционные национальные рамки, что делает информационную идеологию «надполитическим» и универсальным коммуникативным феноменом, а также мощным интеграционным фактором. При анализе нового типа отношений между обществом и государством в информационной сфере Евразийского экономического союза особую актуальность приобретает понятие медийной гражданственности, которое предопределяет эффективность этих отношений с позиции политических потребностей, а также указывает направление для утверждения информационной идеологии в качестве интеграционного ресурса.

Библиографический список

1. *Соловьев А.И.* Политическая идеология: логика исторической эволюции // Полис. Политические исследования. 2001. № 2. С. 5–23.
2. *Thompson John B.* Ideology and Modern Culture // Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford: Polity Press, 1990. P. 56–66.
3. *Федоренко И.Н.* «Информационное общество»: теория, идеология и государственная политика в России // Интернет и современное общество: труды IX Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 14–16 ноября 2006 г. СПб., 2006. С. 129–132.
4. *Лукина Н. П.* Специфика онтологического поворота в исследовании идеологии информационного общества // Гуманитарная информатика / под ред. Г.В. Можяевой. Томск, 2007. Вып. 3. С. 5–20.
5. *Жилавская И. В.* Медиаинформационная грамотность как новая грамотность информационного общества // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. № 4. С. 35–45.
6. Информационные и коммуникационные технологии в образовании / С. Князева [и др.] ; под ред. Б. Дендева. М., 2013.
7. *Акаев Д.В.* Перспективы интеграции на евразийском пространстве глазами интернет-пользователей (по материалам поискового краудсорсинг-проекта) // Вестник Поволжского института управления. 2014. № 5 (44). С. 26–30.
8. *Щербатых Ю.В.* Искусство обмана // Популярная энциклопедия. М., 2006.
9. *Debord G.* La Société du spectacle. Paris: Gallimard, 1969.
10. *Кандричина И.Н.* Механизм манипулирования общественным мнением посредством опросов в ходе избирательных кампаний // Беларусь в современном мире: материалы IX Международной научной конференции, посвященной 89-летию образования Белорусского ун-та. Минск, 29 окт. 2010 г. / редкол.: В.Г. Шадурский [и др.]. Минск, 2010. С. 259–260.
11. *Тришина С.В.* Информационная компетентность специалиста в системе дополнительного профессионального образования // Электронный журнал «Эйдос». URL: <http://www.eidos.ru/journal/2004/0622-09.htm>.