
УДК 32:316.77
ББК 66.3(2 Рос), 15
Ю 831

М.В. Юрченко,

кандидат политических наук, доцент, заместитель заведующего, доцент кафедры политологии и политического управления Кубанского государственного университета, Краснодар. E-mail: mvyurchenko@mail.ru

**Влияние СМИ на идеологический контекст современного
политико-информационного пространства**
(Рецензирована)

*Исследование выполнено в рамках работы над проектом
«Оптимизация административных практик в области политического
и государственного управления в современной России» по программе
«Научные и научно-педагогические кадры инновационной России (2009–2013 годы)»,
№16.740.11.0285.*

Аннотация. В статье даётся анализ современного состояния политико-информационного пространства, раскрываются способы влияния СМИ на идеологические процессы, приводятся актуальные эмпирические данные об отношении российских граждан к роли СМИ в обществе. Делается вывод о том, что интерпретация должна быть не только истинной, но и соответствующей насущным интересам страны.

Ключевые слова: Политико-информационное пространство, средства массовой информации, идеологический контекст, гражданское общество, информационная безопасность, интерпретации.

M. V. Yurchenko,

Candidate of Political Sciences, Deputy Head, Associate Professor of Political Science and Political Management Department, the Kuban State University, Krasnodar. E-mail: mvyurchenko@mail.ru

**Influence of mass media on an ideological context
of modern political information space**

Research was implemented within the project “Optimization of the administrative practices in the field of political and public administration in modern Russia” of the program “Scientific and pedagogical personnel of innovative Russia (2009-2013)”, No. 16.740.11.0285.

Abstract. An analysis is made of a current state of political information space. This paper discloses ways of influence of mass media on ideological processes. Actual empirical data on the relation of the Russian citizens to a role of mass media in society are provided. It is inferred that interpretation should be not only true, but also corresponding to essential interests of the country.

Keywords: Political information space, mass media, ideological context, civil society, information security, interpretations.

Степень влияния средств массовой информации на эмоциональное состояние россиян, на их политико-идеологические предпочтения неоднозначна. С одной стороны, они открывают перед человеком широкие

возможности приобщения к мировой культуре, создают более полную информационную картину, расширяют кругозор в глобальном масштабе. С другой стороны, налицо способность СМИ конструировать виртуальную реальность,

подчас очень далекую от истинной, создавая иллюзию сопричастности к событиям в мире, произвольно дозируя и интерпретируя информацию, меняя расстановку политических сил в обществе. Методология исследования процесса использования масс-медиа как средства или канала коммуникации в политическом процессе включает теории политической коммуникативистики в аспектах выявления технологий манипулирования массовым сознанием, достоверной или искажённой информации и реализации определённой политической стратегии с помощью информационных технологий.

В январе–мае 2010 г. сотрудниками кафедры политологии и политического управления Кубанского государственного университета — базовой кафедры Южного научного центра РАН было проведено эмпирическое исследование на тему «Информационная безопасность полиэтничного социума (на материалах Юга России)». В ходе пилотажного исследования были опрошены жители г. Краснодара (Краснодарский край) 146 чел., г. Майкопа (Республика Адыгея) — 92 чел., г. Махачкалы (Республика Дагестан) — 95 чел., г. Назрани (Республика Ингушетия) — 134 чел. Среди респондентов преобладали молодые люди (средний возраст опрошенных в Краснодаре составил 19 лет, в Майкопе — 19 лет, в Махачкале — 32 года, в Назрани — 24 года) [1]. Данные опросов говорят о том, что доверие к официальным информационным источникам играет немаловажную роль в процессе формирования межэтнических установок. В процессе анализа было замечено, что на уровень социального межэтнического доверия оказывает существенное влияние сочетание информированности о традициях и обычаях народов и опыта непосредственного общения с представителями этих народов, а это, в свою очередь, оказывает влияние на формирование идеологии толерантности или наоборот, этноцентризма, национализма и ксенофобии. Если в обществе размывается доверие к СМИ, к властным институтам, к различным источникам инфор-

мации, а также этнических групп друг к другу, то возникает опасность системного кризиса, включающего не только кризис доверия, но и кризис легитимности, управляемости, идентичности, проникновения, распределения и участия. Как показал опрос, около 50% респондентов Адыгеи и Краснодарского края и более 50% жителей Дагестана и Ингушетии не согласны с тем, что под влиянием СМИ россияне становятся более сплочёнными и патриотичными. От 22 до 38% затруднились ответить на этот вопрос. Как негативное оценили влияние СМИ на формирование дружелюбия и доброты людей друг к другу жители в Ингушетии (59%) и Краснодарском крае (61,6%). Только около 34% опрошенных в Адыгее и Краснодарском крае, 31% в Дагестане и 14% в Ингушетии считают, что под влиянием СМИ россияне становятся терпимее к национальным и культурным различиям. При этом около половины опрошенных в Ингушетии и Краснодарском крае категорически с этим не согласны. По итогам опроса можно сказать, что люди не становятся оптимистичнее, духовно богаче, вежливее друг к другу и более уверенными в завтрашнем дне благодаря усилиям средств массовой информации.

Исследование современных масс-медиа показывает, что информационные технологии являются неотъемлемой частью публичного пространства политики. Спрос и ожидания публики на определённый образ современного политика, который создают медиатеологи (идеологи «Коммерсант — TV», «ВВС», «Дождя», «Эхо Москвы» и др.), воспроизводится на теле- и радиоканалах в вариациях соответствующих политических ценностей, на которые ориентируется та или иная социальная группа, чьи интересы выражает данный канал.

Считается, что в традиционном поле политики масс-медиа осуществляют передачу информации без искажения смысла, однако восприятие её так или иначе редуцируется под влиянием интересов различных социальных групп и поэтому интерпретации смыслов

могут представлять собой довольно сильный конфликтогенный фактор. Тем более, конфликт интерпретаций усиливается в политическом пространстве гетерогенного общества, в котором феномен депривации (чувства ущемленности) получил широкое распространение. В этих условиях использование информационных технологий акторами политики приводит к усилению роли масс-медиа в процессе формирования мнений и установок индивидов — потребителей информации.

Исследование изучаемой автором проблемы показало, что специфика использования политико-информационных технологий субъектами власти на федеральном и региональном уровнях связана с различными медиа-моделями, искусством релевантности выражения основного содержания и смысла, но в целом идеологическая направленность технологий различных уровней политики является идентичной.

Концепция информации как конституирующей силы социума лежит в основе теории информационного общества, согласно которой усиление роли информации во всех сферах общественной жизни обуславливает трансформацию социально-экономических и политических процессов на государственном и международном уровне. М. Кастельс считает, что главной чертой информационной эпохи становятся социальные сети, связывающие между собой людей, институты и государства. Подобный факт, по его мнению, усиливает интеграцию людей и процессов и одновременно способствует фрагментации в виде социального разделения, порождая противоречие между глобализацией планеты и идентичностью некоторых сообществ. Тем не менее, только сети дают возможность полноценно участвовать в жизни сетевого общества. М. Кастельс сравнивает роль сетей с ролью телевидения в политике: как публичная политика невозможна без телевидения, так и жизнь в сетевом обществе невозможна без доступа к сети, дающего возможность интерактивной коммуникации, особенно благодаря

методам краудсорсинга. Согласно мнению М. Кастельса, тенденции глобальных преобразований, проявляющиеся в тотальной информатизации, существенно меняют политико-идеологические процессы. Лидерство становится все более персонифицированным, а путь к власти лежит через создание имиджа средствами массовой информации. «Зависимость от языка средств массовой информации, имеющих под собой электронную основу,- отмечает ученый, — приводит к далеко идущим последствиям для характеристик, организации и целей политических процессов, политических деятелей и политических институтов. В конечном счете, власть, которой располагают сети средств массовой информации, занимает второе место после власти потоков, воплощенной в структуре и языке этих сетей» [2]. Ф. Уэбстер полагает, что рост количества информации не всегда приводит к появлению более информированного общества [3]. По его мнению, существуют те, кто специально выбирает определенный способ подачи циркулирующей информации, кто наводит на нее глянец, благодаря которому она склоняет людей в пользу определенной позиции, кто манипулирует ею, добиваясь собственных целей, или превращает информацию в развлечение, чтобы выгоднее сбыть как товар.

Заслуживает внимания, с точки зрения анализа проблемы эффективного использования политико-информационных ресурсов различными акторами политического процесса концепция публичной сферы Ю. Хабермаса [См.: 4], который считал, что изначально публичная сфера была независимой, хотя и финансировалась государством, и позволяла любому желающему обсуждать социальные проблемы в рамках рациональных дискуссий. Задачей публичной сферы являлось обеспечение неискаженной коммуникации и в этой связи Ю. Хабермас указывает на возникновение организаций общественного вещания, обеспечивающих национальные интересы, формирующих серьезное и взвешенное отношение граждан к политике. Но по мере того как СМИ

становятся средством рекламы и берут на себя функции пропаганды, публичная сфера приходит в упадок. В современных условиях, по мнению Ю. Хабермаса, медийные корпорации заботятся, прежде всего, о прибылях. В результате складывается общество искаженной коммуникации, являющейся главной для него опасностью. Им выдвигается задача создания общества неискаженной коммуникации, как важнейшего условия его (общества) оздоровления, повышения жизнеспособности и развития структур гражданского общества, создающих сети связей экологической, инновационной, правозащитной направленности. Как отмечают исследователи общественного мнения, население мало знает о деятельности структур гражданского общества, о том, что оно собой представляет, а также большинство респондентов выражает нежелание участвовать в деятельности институтов гражданского общества, так как нет адекватной информации, которая, как правило, появляется с негативным окрасом. Но в период избирательного цикла 2011-2012 гг. протестный процесс интерпретируется в СМИ как зарождение в России гражданского общества, из оценок экспертов исчезает присущий прежним отрицаниям снобизм, «поскольку протестные действия осуществляются уже не рядовыми гражданами страны: в лидерах протеста оказались публично известные («раскрученные») фигуры — от теледив до модных писателей и блоггеров» [5].

Поскольку теория информационного общества, зарождающаяся как комплекс футурологических прогнозов на будущее, во многом предопределила контекст, в котором выработывалась та или иная направленность политической стратегии, способность информации и ее продуктов (информационных технологий, телекоммуникационных систем связи, глобальных сетей информационного обмена) влиять на функционирование всех сфер общественной жизни. Это обуславливало как позитивные, так и негативные трансформации явлений и процессов, увеличивало

потребность государства в эффективной информационной политике, с одной стороны, и обеспечении информационной безопасности с учетом специфики региональных проблем — с другой. Существенное влияние на протекающие в обществе процессы оказывают крупнейшие представители и так называемого «большого бизнеса» и госкорпораций. Заполняя подавляющую часть экономического и информационного пространства страны, они располагают серьезнейшим политическим ресурсом [см. подробнее: 6, 7]. Эти крупные российские корпорации не только задают тон и фактически устанавливают правила игры, но и напрямую влияют и на информационное пространство, и на морально-политический климат, и на социальное самочувствие в обществе. В стране возникают анклавности бедности и неблагополучия (провинция, периферия, моногорода, вымирающие деревни), «социально исключенные» категории населения и территории. По данным директора Института социологии РАН Горшкова М.К., доля «социально исключенных» в России в конце первого десятилетия XXI в. составила более 30% [8]. С другой стороны, Мамонов М.В. приводит данные ВЦИОМ и ФОМ, в соответствии с которыми 40% опрошенных заявляют о своем интересе к политике и политическим материалам в СМИ, т.е., считает он, уровень интереса граждан к политико-идеологическим процессам относительно высок. Но интерес к политике и наличие способности к самостоятельной переработке общественно-политической информации не всегда совпадают. Только 12-15% массовой аудитории имеют адекватное представление о происходящем в сфере политики и идеологии, а для всех остальных групп населения характерно фрагментарное представление об общественно-политической жизни [9]. И не в последнюю очередь это связано с манипулятивными технологиями, применяющимися в целях деполитизации, дезориентации и деидеологизации граждан. В этой связи актуальными являются экспериментальные исследования пассивного

(периферийного) и активного (центрального) способов восприятия социальной информации. При периферийном способе обработки информации человек принимает сообщение, не вдаваясь глубоко в его содержание, он доверяет источнику сообщения и не ставит под сомнение истинность сообщения. При центральном способе обработки внешней информации человек склонен к всестороннему обдумыванию содержания полученного сообщения, обдумыванию фактов и аргументов.

Таким образом, необходимо формировать на федеральном и региональном

уровнях систему современных институтов, способных упреждать негативные информационные воздействия, оказывающие разрушительное влияние на публичное политическое пространство, а также на межэтнические и межрегиональные отношения, осуществлять диверсификацию информационной политики, ориентируясь на принципы корректной интерпретации, которая должна быть не просто истинной, передающей существующее положение дел, но и в то же самое время адекватно отражающей насущные интересы страны.

Примечания:

1. Проблемы устойчивого развития региона: информационная безопасность полиэтничного социума (на материалах Юга России): монография / под ред. В.М. Юрченко. Краснодар: Изд-во КубГУ, 2011.
2. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология. М., 1999.
3. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004. С. 217.
4. Хабермас Ю. К логике социальных наук. Теория коммуникативного действия // Современная западная теоретическая социология: реферат. сб. М., 1991. Вып. 1.
5. Quo Vadis? Перспективы становления гражданского общества в России: круглый стол журнала «Полис». Ч. 2 // Полис. 2012. №3. С. 95.
6. Перегудов С.П. Корпорации, общество и государство. М.: Наука, 2003.
7. Перегудов С.П. Кризис корпоративной модели российского бизнеса // Мировая экономика и международные отношения. 2010. №5.
8. Горшков М.В. Проблема Российского общества в социологическом измерении // Вехи российской социологии. СПб.: Алтейя, 2010. С. 126.
9. Мамонов М.В. Информационная политика и изменение общественного мнения // Полис. 2011. №3. С. 26-27.

References:

1. Problems of the steady development of the region: information security of polyethnic society (on materials of the South of Russia): a monograph / ed. by V.M. Yurchenko. Krasnodar: KUBGU Publishing house, 2011.
2. Castells M. The formation of society of network structures // New post-industrial wave in the West: anthology. M., 1999.
3. Webster F. Theories of information society. M., 2004. P. 217.
4. Habermas Ju. On the logic of social sciences. Theory of communicative action // Modern western theoretical sociology: coll. of abstracts. M., 1991. Iss. 1.
5. Quo Vadis? Prospects of formation of the civil society in Russia: a round table of the Polis Journal. Part 2 / Polis. 2012. No. 3. P. 95.
6. Peregudov S.P. Corporations, society and state. M.: Nauka, 2003.
7. Peregudov S.P. Crisis of corporate model of the Russian business // World economy and international relations. 2010. No. 5.
8. Gorshkov M.V. Problem of the Russian society in sociological measurement // Landmarks of Russian sociology. SPb.: Alteya, 2010. P. 126.
9. Mammonov M.V. Information policy and the change of public opinion // Polis. 2011. No. 3. P. 26-27.