

## ПОЛИТОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ

УДК 621.391

Е. В. Барিশевский, С. В. Мосина

### Информационное пространство и формирование национальной идеи: коммуникативные исследования

В статье анализируется роль информационного пространства в формировании национальной идеи в разрезе коммуникативных исследований, предлагаются критерии формирования национальной идеи России.

**Ключевые слова:** национальная идея, информационное пространство, коммуникация, коммуникативные исследования, идеологическая политика, средства коммуникации, коммуникативное воздействие.

E. V. Barishevsky, S. V. Mosina

### Information Field and Formation of the National Idea: Communicative Researches

The information field role in formation of the national idea in a cut of communicative researches is analyzed, criteria of formation of the national idea of Russia are offered.

**Keywords:** the national idea, information field, communications, communicative researches, ideological policy, communication media, communicative influence.

Два десятилетия назад Россия вступила на путь капиталистического развития и рыночной экономики. Все это время с трибун конференций политических партий и общественных организаций, в средствах массовой информации, а также в бытовом общении россиян ведутся непрерывные разговоры о национальной идее России. Пришло понимание того, что коммунистическая идеология ушла, и общество уже не может объединиться и поступательно развиваться без преодоления идеологического вакуума, без объединяющей общество национальной идеи. Попыток привнести очередную идею для обеспечения реализации своих политических или коммерческих интересов предостаточно, однако понятными, осознанными и принятыми всем обществом такие идеи стать не смогли. Причина тому отсутствие не только стратегических, основополагающих критериев восприятия национальной идеи, но и способов ее постановки, а также методов и принципов формирования.

Проведенный анализ научных трудов по проблеме с учетом данных социологических опросов показывает, что большинство предлагаемых или навязываемых российскому обществу идей не имеют поддержки большинства населения, не соответствуют менталитету граждан, не учитывают уровень

развития современного российского общества и не отражают приоритетные задачи, стоящие перед ним в современных условиях развития мировой цивилизации.

Идея обогащения, «заразившая» российское общество в начале становления рыночных отношений и капиталистического общества, как стимул развития страны привела к серьезному расслоению и поляризации общества, разделила, а не объединила людей, поэтому не сможет объективно сыграть роль объединяющей национальной идеи.

Православие также не может рассматриваться в качестве объединяющей национальной идеи из-за многонациональности страны. Многие народы России иного вероисповедания, численность которых имеет неуклонный рост в общей численности населения страны, придерживаются других религий: иудаизма, ислама, буддизма, многочисленных сектантских религий. Кроме того, в соответствии со статьей 14 Конституции РФ [1], никакая религия не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной.

По этим же причинам обречена на провал монархическая идея великорусского шовинизма, имеющая экстремистскую платформу, ведущая к расколу общества и созданию угрозы безопасности государства.

Возрождение великого, сильного российского государства в качестве патриотической национальной идеи – используется, в основном, для привлечения симпатий избирателей политическими организациями. Очевидно, что в социально и экономически разделенном российском обществе далеко не все воспримут эту идею как объединяющую для большинства. С другой стороны, как показывает ситуация с вывозом капитала «за рубеж», сформировавшиеся в стране за короткое время богатые слои не нуждаются ни в какой новой «объединяющей» идее, а тем более – в укреплении государства; их идея – закрепление завоеванных позиций и дальнейшее обогащение [8].

Таким образом, в настоящее время затруднительно сформулировать понятие «национальная идея России». Однако научно и методически разработать подходы к ее формированию с учетом социально-экономических, политических аспектов развития современной России, многогранного исторического опыта страны, менталитета ее граждан, а также стратегических направлений мирового развития сейчас как никогда представляется особо актуальным и необходимым.

Проводя научные исследования в данной области, следует обратиться к основным направлениям развития российского общества и государства, тем тенденциям, предпосылкам, которые исторически сложились в России.

В одном из первых своих Посланий Федеральному Собранию 5 ноября 2008 г. Президент РФ Д. А. Медведев акцентировал внимание на том, что россияне – народ с тысячелетней историей, создавший неповторимую культуру, действующий на прочной основе выработанных, выстраданных, выверенных за века ценностей и идеалов. Наш народ, отметил Д. А. Медведев, духовно и нравственно богат. Говоря о конкретных ценностях, он, в первую очередь, упомянул такие из них, как справедливость, понимаемая как политическое равноправие, а

также личная, индивидуальная свобода: свобода слова, вероисповедания, выбора места жительства и рода занятий. Основу российской политики должна составить идеология, центрированная на человеке как личности и как гражданине, жизненный успех которого зависит от его личной инициативы и самостоятельности, от его способности к новаторству и творческому труду [3].

Руководствуясь данной Д. А. Медведевым оценкой сложившихся исторических ценностей, тенденций и ориентиров развития российского общества, основной задачей научных разработок может являться поиск научно-методологических подходов формирования государственной идеологии современной России.

Одним из таких подходов при выработке новой общенациональной идеи может стать использование средств массовой коммуникации при формировании такого информационного пространства, которое обеспечило бы достижение гармонии между индивидуальным стремлением к достойной жизни каждого гражданина нашей великой страны и объединяющей идеологией, формирующей национальные и духовные ценности, служило бы источником поступательных положительных тенденций в различных сферах современного российского общества (экономической, политической, социальной) и способствовало бы формулированию прогрессивной идеологической линии – объединяющей идеи россиян.

В процессе формирования информационного пространства коммуникация и ее формы, передача информации от человека к человеку выполняют первостепенную роль. При этом массовая коммуникация как социальное взаимодействие, основной функцией которого является коммуникативное воздействие на широкие социальные слои через содержание передаваемой информации, определяется наличием нескольких составляющих (рис. 1).

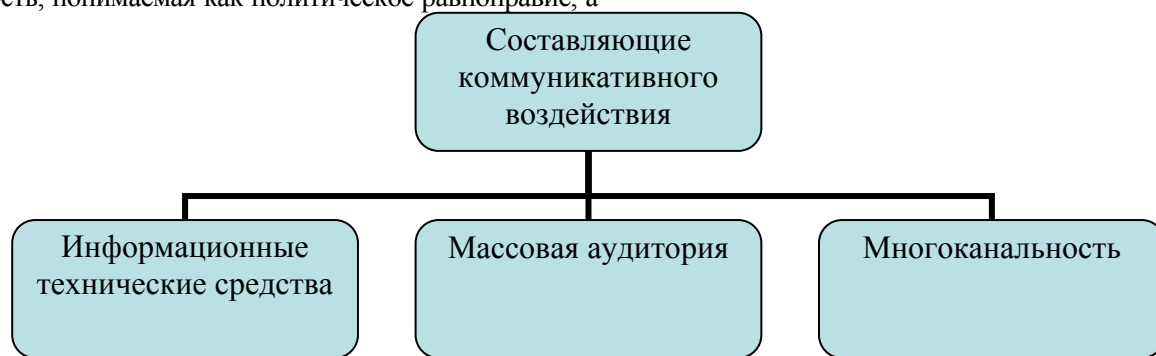


Рис. 1. Составляющие коммуникативного воздействия

Средства коммуникации, распространяя информацию, внедряют те или иные оценки, мнения, установки, формируют общественное мнение. На этом основана их особая политико-идеологическая значимость в свободном гражданском обществе, главной ценностью которого является свобода слова [6, 7]. В формировании процессов выработки важнейших и актуальных идей в свободном гражданском обществе не имеют решающего значения статус и форма коммуникации: «диалог с властью», «диалог с народом», обсуждения в Государственной Думе или в студенческой аудитории. Важно добиться того, чтобы результатом стало осмысление гражданами сути происходящих в стране проблем, анализ и поиск путей совершенствования гражданского общества, преодоление барьеров между людьми, достижение согласия, взаимопонимания и многое другое.

Именно о таком осмыслении происходящих в обществе событий в процессе группового диалога уже в современной России сняты полубившиеся зрителям художественные кинопроизведения: «Сны», «Ворошиловский стрелок», «Любить по-русски» и ряд других. Если в первых двух картинах киногерои находятся в поиске, то в последней персонаж Е. Матвеева, губернатор области, формулирует следующие идеи: «Жить по-человечески», «Работая на себя – работай на народ». Показателен в данном ракурсе цикл художественных фильмов «Особенности национальной...». Киногерои различных групп российского общества, собираясь вместе и отправляясь путешествовать, на охоту, на рыбалку, вместо этого проводят большую часть времени за столом с «национальным напитком», где посредством диалога обсуждают «особенности национальной идеи России», при этом затрагивая возможные составляющие формирования этой идеи в интерпретации современного российского гражданина: развитие общества, охрана и рациональное использование природных ресурсов, религия, культурное и историческое наследие, преодоление разобщенности между людьми.

Массовое распространение, неподдельный интерес и любовь граждан к таким глубоким, серьезным художественным произведениям на телеэкране, самом мощном информационном средстве коммуникации в России, свидетельствуют о поиске важного, первостепенного, насущного, которое в настоящее время волнует россиян, а также и о том, что уже давно появились предпосылки для формирования принципов создания и формулирования жизненно важной идеологии российского общества.

Эти тенденции просматриваются и в современной научной, публицистической литературе, на радио, в Интернете. В последние 5–7 лет на телевидении появля-

лась масса программ "Talk show": «Право голоса», «К барьеру», «Суд времени» и т. д., в которых посредством диалога как формы коммуникативного группового общения различных слоев общества делаются попытки поиска решения проблем в современной России, включая опять же формулирование основ идеологической политики. Недостатком всех этих телепередач являются иногда сумбурные, а подчас и некорректные формы ведения диалога; непоставимость многогранности, сложности обсуждаемых масштабных проблем с профессиональным и интеллектуальным уровнем участников диалога; «подбрасывание» на обсуждение псевдоидей, не имеющих никакого отношения к национальной идее России, являющихся предметом деятельности любого цивилизованного государства (борьба с коррупцией, здоровье нации), либо прав и свобод, уже закрепленных в Конституции РФ (забота о детях, достоинство личности и пр.). К тому же не всегда понятен конечный результат публичных обсуждений: где главное, а где второстепенное, каков алгоритм достижения поставленных целей, в чем состоит суть современной идеологической политики российского государства?

Формированию прогрессивной с точки зрения экономики и справедливой, гуманистической с социальной точки зрения, идеологической политики могли бы способствовать и другие основные средства массовой коммуникации в России: Интернет, печатные издания, включая рекламу.

Нынешняя ситуация в информационном пространстве демонстрирует интенсивное развитие очень опасной тенденции – увеличение объемов коммуникативных контактов, негативно влияющих на формирование личности человека, его нравственных и культурных ценностей. Всепроницающая реклама явочным порядком оккупирует эфирное время и самим фактом постоянного присутствия на экране внедряется в сознание огромной массы людей, преследует человека всюду, где бы он ни был. Одни и те же образы обращаются к человеку с экрана, глядят с придорожных рекламных стендов, заполняют рекламной расклейкой все пространство вокруг, мелькают со страниц журналов и газет, «лезут в руки» в виде листовок и буклетов, раздаваемых многочисленными распространителями и т. п. Иными словами, рекламная политика строится таким образом, чтобы человек непрерывно находился под воздействием рекламной продукции. Опасность такой ситуации в следующем.

Во-первых, достаточно часто в политической рекламе массированно, широким потоком ведется пропаганда какой-то актуальной идеи или задачи госу-

дарственного уровня (например, реформа образования или ЖКХ), причем не реальной и всем понятной стратегии и путей ее решения, а популистских лозунгов и беспочвенных обещаний. По существу это манипулирование массовым сознанием, намеренное искривление и дезориентация общественного мнения в угоду различным политическим силам.

Во-вторых, в коммерческой рекламе через весь комплекс рекламных средств обществу навязывается психология потребителя-покупателя, замыкание всех жизненных интересов на сфере купли-продажи.

В-третьих, в молодежной рекламе, которая особенно опасна своими последствиями, подросткам и юношеству сознательно навязывается образ безответственного, аморального и безнравственного недоросля, уверенно и без малейших оснований заявляющего о своих претензиях на обладание всеми благами жизни («все и сразу!!!»), для которого весь смысл жизни – приятное, сытное и веселое времяпрепровождение, а основными жизненными понятиями служат «бабки», «кидалово», «подстава» и др. Так происходят попытки формирования негативного правосознания поколения входящих в жизнь людей, которые в ближайшие десятилетия могут стать наиболее массовой и активной политической силой.

Немаловажный фактор современной культуры коммуникаций – лавинное распространение мобильной телефонии. Задуманные сначала как чрезвычайно удобное средство связи, современные мобильные телефоны вышли очень далеко за рамки этой задачи, обросли массой новых функций. В этом качестве, став неотъемлемым атрибутом молодежи, они превратились в еще один чрезвычайно мощный отвлекающий фактор, активно уводящий от любой умственной сосредоточенности, способности анализировать, оценивать происходящие вокруг события. Легкость установления связи, напористая реклама и масса всевозможных «акций» в мобильных сетях подменяют смысловую сторону общения простым физическим актом коммуникационного контакта, при этом в проигрыше остается интеллектуальный труд человека, внутренний самоанализ, поиск его души, истинное развитие личности [5].

Общепризнанно, что информационная эпоха несет с собой новый стиль жизни, новую культуру, расширяя ее в самые отдаленные точки земного шара. Международные деловые коммуникации служат целям интеграции индивидуальных и институциональных деловых интересов, способствуя формированию цивилизованных институтов бизнеса, науки, политики, демократии и сближению культур. С другой стороны, информационные технологии, целенаправленно организованная информация через раз-

личные (иногда сомнительные) установки влияет на убеждения людей, на их мнения и социальные настроения. Это может привести и к негативным процессам: созданию упрощенной картины мира, формированию «воображаемых миров», поведение в которых может быть непредсказуемо. При этом сам по себе процесс информатизации не дает гарантий, что коммуникационные каналы не заполнятся опасной, агрессивной, экстремистской, развращающей человека информацией.

Таким образом, важнейшая задача – не только обеспечить развитие информационного пространства без негативных социально-информационных процессов, влияющих на безопасность развития, на выживание и развитие общества в целом, но и моделировать информационное пространство таким образом, чтобы формировать ценностные социальные ориентации и положительные поведенческие реакции граждан [2, 3]. Такое информационное пространство должно стимулировать людей к осмыслению, анализу происходящих в обществе событий, выработке активной гражданской жизненной позиции, побуждать строить свою жизнь с учетом интересов общества, предлагать, действовать, и только тогда найдется тот, кто даст толчок, способный вызвать массовое появление современных и крайне необходимых обществу и государству пониманий, идей. В этом процессе каждый гражданин страны должен осознавать, что именно его идеи, предложения, действия могут оказаться решающими, определяющими судьбу родины, общества, государства. Таким образом, на основе созданного информационного пространства общество наиболее полно реализует право доступа каждого человека к информации, активного и подлинно демократического участия в принятии социально значимых решений.

Все вышесказанное заставляет задуматься о необходимости формирования информационного пространства как благодатной почвы национальной идеи. Проведя коммуникативные исследования в данной области, с учетом данных социологических исследований, можно сформулировать общие признаки или критерии формирования национальной идеи российским обществом в современном информационном пространстве.

Во-первых, данная идея должна объединять общество для достижения желаемых для населения (или, по крайней мере, для большинства его) субъективных жизненных целей. Такими целями могут являться качественно новый, более высокий уровень жизни (ликвидация бедности, здоровая для проживания окружающая среда, рост материального благополучия, уверенность в завтрашнем дне); предотвраще-

ние реальной опасности, рисков; ликвидация тягот жизни, несправедливости (в первую очередь, социальной). Целенаправленность идеи должна заключаться и в стимулировании положительных тенденций в обществе: развитии у российских граждан патриотизма, любви к родине, к труду, взаимоуважения, возрождению моральных ценностей жизни.

Во-вторых, должна сложиться историческая, политическая, социально-экономическая обстановка, при которой эта идея окажется актуальной, востребованной временем и будет восприниматься людьми как необходимая и достаточная для их безопасного существования.

В-третьих, на современном этапе жизнедеятельности человечества уровень данной идеи обязан коррелировать со стратегическими направлениями мирового развития, так как ни один народ, ни одно государство не может развиваться изолированно от остального мира.

В-четвертых, национальная идея не должна вступать в противоречие с историческим опытом народа, более того, желательно, чтобы она базировалась на этом опыте, а ее суть позволяла укреплять и развивать самобытную культуру, устоявшиеся уклад жизни и обычаи народа, учитывать особенности национального характера российских граждан, сохранять общечеловеческие ценности бытия. Именно потому испокон олицетворением русской нации считался не шакал, не стервятник и не чебурашка, а сильный, великодушный, справедливый русский медведь.

В-пятых, идея должна быть оптимальной, то есть наиболее соответствующей поставленным задачам и требованиям времени, наилучшей для воплощения в современных условиях. При этом могут допускаться нестандартные подходы и решения при ее реализации.

В-шестых, сама идея и пути, способы, этапы ее достижения обязаны соответствовать нормам мирового и российского законодательства. Обеспечение законности самой идеи и этапов ее реализации предотвратит и исключит возможные национал-патриотические идеи с экстремистским уклоном, а также мошеннические идеи, играющие на настроениях сиюминутного обогащения некоторых групп граждан (например, молодежи).

В-седьмых, важным свойством такой идеи является ее динамичность (подвижность): национальная идея открывает пути к созданию, развитию и дальнейшей реализации на ее базе других, еще более ак-

туальных, прогрессивных, эффективных, оптимальных, нестандартных идей.

И, наконец, в-восьмых, идея и путь ее достижения должны быть убедительными и максимально информативными для российских граждан: понятными, ясными, осознанными и, как следствие, приняты всем обществом или хотя бы его большинством.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что национальная идея может быть принята российским народом, может объединить его, если объективно, правдиво и в понятной всем форме раскрыть перед гражданами прогнозы будущего, потенциальные и реальные риски и угрозы. В силу этого, проблема формирования национальной идеи России неразрывно связана с поиском путей оптимизации информационного пространства с использованием массовых коммуникаций. В настоящее время решение данной проблемы должно стать одним из основных направлений научных исследований в социальной сфере развития российского общества.

#### Библиографический список

1. Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации [Текст] : офиц. текст. – М. : Маркетинг, 2001. – 39 с.
2. Андреева, Г. М. Социальная психология [Текст] / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 376 с.
3. Богатырев, К. А. Конституционные основы государственной идеологии и национальной идеи России [Текст] / К. А. Богатырев // Право и безопасность. – 2010. – № 2. – С. 35–45.
4. Владимиров, А. И. О национальной государственной идее России [Текст] / А. И. Владимиров // Вестник Московского государственного университета. Сер. 7. Философия. – 2000. – № 3. – С. 23–27.
5. Горемычкин, А. И. Агрессивность информационного пространства как фактор современной экологии [Текст] / А. И. Горемычкин // 12 Всероссийская экологическая конференция молодежи «ЭКО–2006»: сб. работ / под общей ред. В. А. Мясникова. – М. : ООО Издательство «Ладога-100», 2006. – С. 316–323.
6. Каландаров, К. Х. Устойчивое развитие: Коммуникативные основания (философский анализ) [Текст] / К. Х. Каландаров. – М. : Гуманитарный центр «Монолит», 1999. – 271 с.
7. Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах [Текст] : материалы Международной научно-практической конференции РКА. – Пятигорск, 2002. – С. 171–174.
8. Яхнин, Е. Д. Эволюция и будущее человеческого социума, национальная идея России [Текст] / Е. Д. Яхнин // ЭКОС-Информ. – 2005. – № 1. – С. 22–39.