

Восканян Саркис Суренович

доктор политических наук, доцент,
профессор кафедры государственного
управления и менеджмента
Волгоградского института управления – филиала
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

ИДЕОЛОГИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: АНАХРОНИЗМ ИЛИ ПРЕЖНЯЯ НЕОБХОДИМОСТЬ?

Аннотация:

Идеология существует с древнейших времен. Ее роль усиливается с появлением государств. Для правителей идеология выступала одним из важных и эффективных инструментов в управлении обществом и достижении своих целей. Со сменой правителя идеология могла измениться, но ее значимость несколько не менялась, а порой даже возрастала. Идеология более осязаема в авторитарных и тоталитарных сообществах, начиная от небольших социальных групп и заканчивая крупными общностями и народами. Возникновение современных средств связи и массовой коммуникации (Интернета, мобильных телефонов и др.) предоставило каждому индивиду возможность получения, хранения и передачи информации без участия различных субъектов (властных органов, политиков, партий и др.), навязывающих свое восприятие мира. Человек стал информационно более свободен и независим. Однако идеология не исчезла, она по-прежнему востребована и необходима.

Ключевые слова:

идеология, анахронизм, безопасность, информация, информационное общество, информационное пространство, средства массовой коммуникации, пропаганда

Voskanyan Sarkis Surenovich

D.Phil. in Political Science,
Associate Professor, Professor,
Department of State Administration and Management,
Volgograd Institute of Management,
Branch of the Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration

IDEOLOGY IN THE INFORMATION SOCIETY: ANACHRONISM OR STILL A NECESSITY?

Summary:

Ideology has existed since ancient times. Its role increases with the emergence of a state. For rulers, ideology was one of the most important and effective tools in managing society and achieving their goals. With the change of a ruler ideology could change as well but its significance did not change at all, and sometimes even increased. Ideology is more tangible in authoritarian and totalitarian societies, from small social groups to large communities and nations. The emergence of modern means of communication (Internet, mobile phones, etc.) has provided each individual with the opportunity to receive, store and transmit information bypassing various subjects (authorities, politicians, parties, etc.) that impose certain perception of the world. A person has become more independent and free. However, ideology has not disappeared, and it is still demanded and necessary.

Keywords:

ideology, anachronism, security, information, information society, information space, communication media, propaganda

Идеология существует с древнейших времен, являясь необходимым элементом любой социальной системы. От нее не свободна даже наука [1, с. 3]. Развитие ее форм, методов и средств шло синхронно с развитием человеческого сообщества. На этот процесс влияли разные факторы, но особая роль принадлежала политическим институтам, в первую очередь государству. Наличие разных субъектов политики автоматически порождало конкуренцию между ними и борьбу за власть, в которой идеология выступала одной из основных составляющих. При этом чем ожесточеннее было соперничество, тем более весомую роль играла идеология. Однако особую значимость с самого начала идеология приобрела для власти. Она стала ее информационным инструментом [2, с. 33].

Будучи многоуровневой мировоззренческой системой [3, с. 147], любая идеология выполняет ряд функций, среди которых самыми важными являются две – интеграционная и охранная.

Первая нацелена на объединение членов сообщества на основе идеи (идей, системы ценностей). Интеграция является необходимым элементом для существования, функционирования и развития социума. Ее отсутствие или хотя бы недостаточная развитость – путь к дезинтеграции и распаду. Если общность полиструктурна (например, население страны), то процесс интеграции идет по двум направлениям – горизонтальному и вертикальному.

Горизонтальный вектор предполагает консолидацию иерархически примерно равных социальных групп и слоев. Вертикальный – содержит в себе два аспекта: а) сплочение социальных субъектов разных уровней; б) объединение вокруг единого лидера. Сложность обоих процессов (горизонтальной и вертикальной интеграции) определяется степенью дифференциации сообщества: чем более атомизирован социум, тем труднее его объединить, так как у каждой социальной группы (слоя, класса и т. д.) свои интересы, порой противоречащие друг другу. Дополнительные проблемы в названные процессы в современном мире вносят поликонфессиональность и многоэтничность.

Вторая функция нацелена на защиту существующей в сообществе системы ценностей от чуждых ей идей и норм. Необходимость данной функции диктуется тем, что, как справедливо отмечает испанский ученый М. Кастельс, «общество определяется ценностями и институтами» [4, с. 27]. Охранный характер идеологии предполагает наличие барьеров (разных форм и видов), противостоящих враждебным элементам. В качестве наиболее распространенной реакции, ориентированной на защиту ценностей, выступают: 1) ограничения; 2) запреты; 3) негативные сведения о нежелательных взглядах и теориях; 4) позитивная информация о собственных идеях и ценностях, вплоть до сакрализации каких-либо ее составляющих.

На процесс распространения идеологий и связанные с этим аспекты влияют разные факторы, среди которых можно особо выделить следующие.

Первый – ресурсы. Степень воздействия идеологии находится в прямой зависимости от объема ресурсов ее субъекта. Эта тенденция четко прослеживается в мировой истории на примерах развитых государств (стран-лидеров). Политические, экономические, военные и информационные ресурсы всегда предоставляли таким странам дополнительные преимущества для пропаганды и навязывания своей системы ценностей. Поэтому для любой идеологии опасность в первую очередь проистекает от сильных (политически, экономически и т. д.) акторов в силу владения ими большими ресурсами. Так, возможности для защиты своих ценностей от других и/или навязывания собственных идей у США и России несоизмеримы. Первое государство находится в более выгодном положении, чем второе.

Второй фактор – привлекательность. Притягательность тех или иных идей (ценностей, программ) определяется их эффективностью, подтвержденной практикой. Подобные идеи ассоциируются у участников общественного процесса с успехом. Например, в настоящее время привлекательность западных (особенно американских) ценностей базируется прежде всего на существующей там социально-экономической системе, ее качестве, предоставляемых ею возможностях для самореализации и т. д. Следовательно, теория (проповедуемые идеи) всемерно подкрепляется практикой, тем самым доказывая свою состоятельность, еще раз подтверждая одно из изречений ученых: практика – критерий истины. Одним из наглядных примеров перенятия зарубежных идей в российской истории выступают реформы Петра I. За образец преобразований был взят западный опыт, в первую очередь Швеции, являвшейся в тот период крупной и прогрессивной державой, результативно воевавшей с другими странами. Опережающее развитие (главным образом политическое, экономическое и военное) европейских стран по сравнению с таковым России было воспринято русским царем как показатель эффективности их общественных систем (начиная от структур органов власти, их названия, административного деления страны и др., заканчивая образом жизни населения (особенно элиты), стилем их одежды и др.), требующих копирования.

Третий – открытость/закрытость социума. Существует прямая связь между степенью открытости объекта идеологии (группы, общности, организации и т. д.) и такими аспектами, как формы, средства, методы, скорость распространения идей и некоторые другие. В закрытых сообществах, как правило, отсутствует конкуренция (или она носит формальный характер). Поэтому там применяются прямые и простые средства и методы навязывания идей. По этой же причине скорость распространения идей там намного выше, чем в открытых социальных системах. Разница между открытыми и закрытыми социумами состоит еще и в том, что в первых власти обычно не признают наличия официальной идеологии, в то время как у вторых идеология не только публично декларируется, но и нередко ее существование, роль, значимость и ряд других аспектов, связанных с ней, открыто фиксируются в нормативно-правовых актах (например, в СССР марксистско-ленинское учение в Конституции 1977 г. (ст. 6)), даже могут учреждаться соответствующие органы власти (министерство пропаганды и др.).

Четвертый фактор – чувство несправедливости. Оно может иметь объективный или субъективный характер. В первом случае субъекту идеологии требуется меньше ресурсов для навязывания взглядов, чем во втором, когда необходимо еще доказать, что несправедливость в отношении кого-то и/или чего-то существует, и именно предлагаемые идеи способны ее ликвидировать или хотя бы уменьшить. В то же время данное утверждение является констатацией не действующего закона, а всего лишь тенденции. В отдельных ситуациях, при эффективной пропаганде, не только индивидам, но и целым социальным слоям можно внушить (и они будут свято верить) мысль о наличии некоей несправедливости, при этом объективно отсутствующей. Наиболее легко такое удается в закрытых социумах в силу отсутствия альтернативной информации.

Пятый – страх, объективный или субъективный. Угроза (реальная или мнимая) субъекту (индивиду, группе, общности, организации и т. д.) используется акторами общественных процессов для сплочения, в том числе вокруг кого-то и/или чего-то, и противостояния врагу (его идеям), который может быть как реальным, так и вымышленным.

Хотя все названные факторы важны, особенно в совокупности, однако при определенных условиях наличие хотя бы одного из них позволяет достичь весомых результатов в плане пропаганды идей и нахождения новых адептов распространяемой идеологии. Например, некоторые экстремистские и террористические организации успешно действуют на протяжении десятилетий, несмотря на постоянную, порой широкомасштабную, борьбу с ними со стороны разных государств, хотя ресурсы данных образований не сопоставимы с потенциалами их врагов. Существование этих структур является свидетельством того, что приток новых членов не прекращается (хотя в некоторых из них сократился), а это значит, что пропагандируемые ими идеологии по-прежнему по разным причинам остаются привлекательными для части населения мира.

Идеология непосредственно связана с информационным пространством, в котором она как система идей, ценностей и взглядов создается, изменяется, хранится и передается. В свою очередь, данное пространство, зародившись задолго до появления идеологии, прошло эволюцию. Информационное поле возникает одновременно с первым коммуникационным процессом, в котором один человек (отправитель) передает (через канал связи) другому (получателю) некие сведения. В создании этого пространства принимают участие индивиды, группы, общности и социальные институты.

За прошедшие тысячелетия возросло количество и повысилось качество информации. Кардинально преобразовались и средства связи: от примитивных сигнальных огней, дыма, боя в барабаны до современного высокотехнического Интернета и др. Аналогичным образом, от простого к сложному, трансформировалось информационное пространство, которое постепенно расширялось от небольшой локации, охватывающей виртуальную территорию первобытнообщинного рода, до региональной (народа, государства), межрегиональной (империи) и, наконец, мировой (современной реальности). Данный процесс оказался таким же долгим, как и развитие коммуникационных средств. Эволюции информационного пространства и средств связи шли синхронно, влияя друг на друга.

Современные средства связи и массовой коммуникации поставили, наверное, последнюю точку в создании полноценного информационного общества (хотя его развитие, безусловно, продолжается) не только в пределах ограниченной территории (города, региона, страны), но и во всемирном масштабе. Ряд ученых поспешили даже объявить это общество «самой прогрессивной формой организации жизнедеятельности людей» [5], в то время как другие считали, что его становление «сопровождается социальной атомизацией» [6, с. 4].

Одним из главных признаков новой виртуальной реальности стала информационная открытость на международном уровне. Технологически прогрессивные средства связи, легкий доступ всех слоев населения к Интернету с его потенциалом и все более увеличивающимся объемом информации практически на любую тему, возможность быстрого транспортирования данных, причем круглосуточно, разных форм и видов, – все это создало совершенно особую действительность. Реальность без границ. Собственное информационное пространство, от отделено взятого индивида до государства, стирается. При этом необязательно иметь персональный доступ к средствам связи, в том числе Интернету. Массовое применение физическими и юридическими лицами аппаратур аудио- и видеофиксации позволяет получать информацию без ведома самого объекта. С одной стороны, такая ситуация усилила личную и общественную безопасность (в случае совершения преступления можно быстро найти правонарушителя), с другой – эта безопасность ослабла (с помощью Интернета и других технологий появилась возможность обретения разнохарактерных сведений об объекте (индивиде, организации, государственной структуре и др.) и использования их в собственных интересах). Информация, выйдя из-под контроля общества, начала превращаться в зло [7, с. 77].

Свободный доступ масс к всевозможным идеям, теориям, концепциям логично актуализировал вопросы, связанные с идеологией в наступившей реальности: ее необходимость, готовность по-прежнему выполнять свои функции, обоснованность затрат государств на ее поддержание и др.

В настоящее время потребность в идеологии не только не снизилась, а наоборот, возросла. Как уже обозначено, участники общественных процессов стали информационно более уязвимы. Развитие Интернета способствовало резкому увеличению не только числа коммуникантов, но и акторов, пропагандирующих те или иные идеи и взгляды. Данная ситуация породила угрозу как ценностям, находящимся под защитой властей, так и существованию самих государств. Изменился характер политических процессов [8]. О возросшей значимости социальных медиа в «современном информационном пространстве» [9, с. 143] свидетельствуют следующие события: за последние 15 лет в мире ряд революций и смен политических режимов прошел при активном использовании социальных сетей, т. е. Интернета. Коммуникационные технологии предоставили практически любому физическому и юридическому лицу, находящемуся порой за

тысячи километров от места событий, возможность управления массами людей. Всего лишь два десятка лет назад такое было возможно только крупным участникам политических процессов – государствам и мировым средствам массовой коммуникации (далее – СМК).

Изменившимися условиями воспользовались не только участники политического рынка, но и субъекты, преследующие неполитические цели, восхваляющие и навязывающие идеи и ценности в иных сферах жизни, в том числе не самые благие (бездетность, насилие, суицид и др.). Некоторые ученые забили тревогу, считая, что «манипулятивные практики использования социальной информации развиваются с опережающими темпами по отношению к практикам добросовестного использования» [10, с. 186].

Приход новой информационно-пространственной реальности, способной непосредственно влиять на политическую и социально-экономическую обстановку в любой стране, активизировал дискуссии о защите собственного информационного поля и ценностей членов социума от иностранных, порой разрушающих не только сознание, но и здоровье и жизнь. Эта проблема затронула все страны и народы мира, всех, кто имеет доступ к современным средствам связи. Появился «риск утраты идентичности» [11, с. 88], причем не только индивидуальной, но и этнической, профессиональной, общественной и др. Возникла необходимость поиска новых средств и методов для сохранения «своего» и противодействия «чужому».

В качестве ответной реакции на эту информационно-виртуальную действительность государства усилили контроль над коммуникативными технологиями. Первыми и наиболее открыто такое поведение продемонстрировали авторитарные политические режимы (например, КНДР, КНР). Однако и страны развитой демократии не остались в стороне от данного процесса. Например, в 2013 г. благодаря сотруднику АНБ и ЦРУ Э. Сноудену стало известно, что власти США и Великобритании через Интернет и другие средства связи следили за миллионами своих и чужих граждан по всему миру, включая официальных должностных лиц. То, что государства (главным образом спецслужбы) осуществляют слежку, в том числе с использованием технических средств (подслушивающих устройств, скрытых камер и др.), за нелояльными (с их точки зрения) лицами и врагами, никогда не было секретом. Общественность возмутил не сам факт, а его охват, поскольку до этого объектами пристального внимания соответствующих органов были единичные персоны и такая масштабная слежка (как внутри страны, так и за рубежом) всегда считалась атрибутом авторитарно-тоталитарных режимов.

Государства и/или связанные с ними СМК усилили позитивную (пропагандистки-патриотическую) информацию о себе и своих действиях и негативную – о противниках (реальных или мнимых). Например, после событий 2014 г. в украинских СМК резко усилилась антироссийская риторика, а в наших – антиукраинская. Аналогичное произошло после президентских выборов в США в 2016 г., когда американские политики (в основном представители проигравшей Демократической партии) и журналисты стали активно обвинять Россию во вмешательстве в их избирательный процесс. В ответ отечественные политики и эксперты вместе с крупными медиакомпаниями в долгу оставаться не захотели, устроив на ряде федеральных телеканалов (ОРТ, РТР, НТВ и др.) продолжительные дискуссии со сходными упреками в адрес американцев.

Действия данных субъектов можно назвать оправданными, поскольку любой социум должен защищать себя и связанные с этим аспекты жизнедеятельности. Это сохранение своей идентичности – политической, экономической, культурной и т. д. В эпоху информационной открытости и потока нежелательных идей и ценностей, порой сознательно пропагандируемых и навязываемых со стороны различных субъектов (внутренних или внешних), в том числе иногда из благих побуждений (например, развитие демократии), информационная война становится одним из главных и эффективных способов такой защиты.

В этой войне главными акторами являются СМК, их владельцы, крупный бизнес, государство. Именно они создают информационную повестку дня – что должен читать, смотреть и слушать потребитель, в какой «обертке» преподнести ему тот или иной материал, формируя общественное мнение. При этом на первых ролях оказываются субъекты, контролирующие СМК. В авторитарно-тоталитарных обществах – государство, в демократических – главным образом частные структуры. Кто из них опаснее – неизвестно. Так, апофеозом возможностей негосударственных СМК стали события января 2021 г. в США, когда ряд интернет-компаний заблокировали аккаунты действующего президента страны Д. Трампа. Данная акция не только ярко продемонстрировала истинное состояние свободы слова в США, но и еще раз показала всю силу владельцев СМК и их ангажированность.

В качестве заключения можно сказать следующее. Н. Ротшильд (1777–1836) приписывают знаменитое изречение: «Кто владеет информацией – тот владеет миром». В современном,

информационно открытом, обществе его следует перефразировать так: кто контролирует информационное пространство – тот контролирует мир. Делать это можно только сохраняя и навязывая собственные взгляды, идеи, ценности, восприятие мира и проблем, т. е. свою идеологию.

Ссылки:

1. См.: Баранец Н.Г., Верёвкин А.Б. Идеология в науке : монография. Ульяновск, 2018. 213 с.
2. Идеология и процессы социальной модернизации / под общ. ред. Т.Б. Любимовой. М., 2013. 376 с.
3. См.: Шелкопляс Е.В. Идеология как системное явление [Электронный ресурс] // Россия и идеология (опыт практического философско-хозяйственного концептуализма) / под ред. Ю.М. Осипова, Е.С. Зотовой, Н.П. Недзвецкой. М., 2020. С. 140–150. URL: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=66131&p=attachment> (дата обращения: 02.03.2021).
4. Кастельс М. Власть коммуникации : учебное пособие / пер. с англ. Н.М. Тылевич ; под науч. ред. А.И. Черных. М., 2016. 568 с.
5. Алиева Н.З., Ивушкина Е.Б., Лантратов О.И. Становление информационного общества и философия образования. М., 2008. 168 с.
6. Росляков А.Е. Понятие информации вчера и сегодня // Концепт. 2013. № 2. С. 6–10.
7. Еляков А. Современное информационное общество // Высшее образование в России. 2001. № 4. С. 77–85.
8. Сукиасян А.Г. Информационное общество. Проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // Институт философии РАН : официальный сайт. URL: https://iphras.ru/upfile/root/biblio/School_young_ph/26_Sukiayan.pdf (дата обращения: 02.03.2021).
9. Добровольская И.А. Понятие «информационное пространство»: различные подходы к его изучению и особенности // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2014. № 4. С. 140–147.
10. Тузовский И.Д. Утопия-XXI: глобальный проект «Информационное общество». Челябинск, 2014. 389 с.
11. Шлыкова О.В. Социокультурная среда Интернета: новые ценности и коммуникативные смыслы // Обсерватория культуры. 2015. № 4. С. 86–98.

Редактор: Тюлюкова Мария Олеговна
Переводчик: Кочетова Дарья Андреевна