

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

СМИ и государственная власть: вызовы информационного общества.

Дашевский Юлиан Александрович

Аспирант

Тверской государственны университет, Исторический факультет, Тверь, Россия

E-mail: julian@nur.kz

В современном информационном обществе, характеризующемся высокой скоростью распространения информации и лёгкостью обмена новыми знаниями, возникает проблема информационной политики - поведения государственной власти по отношению к СМИ, требующая философского анализа возможных вариантов их взаимосвязи.

Информационная политика государства — как демократического, так и недемократического — имеет двустороннюю направленность. Во-первых, она направлена на собственное население с целью ознакомления с зарубежными государствами и создания определённого имиджа этих стран в глазах народа, формирование имиджа своей страны и её руководства в глазах народа, а также проверки лояльности населения (нередко под прикрытием свободы слова). Во-вторых, следует отличать внешненаправленный вектор информационной политики. В таком случае её целью является создание того или иного имиджа собственного государства в глазах зарубежной «целевой аудитории» в соответствии с внешнеполитической миссией страны. К внешненаправленной политике относится и использование информации с целью оказать давление на другие государства [2]. Она может выражаться как в информировании, так и в дезинформации в отношении другого государства, т.е. в создании образа дружественного государства или же образа врага.

Информационное пространство, будучи социальной реальией, обладает таким свойством как саморегуляция, и оно способно даже без вмешательства со стороны государственной власти путём организованной и спонтанной человеческой интеракции обеспечить устойчивое функционирование системы на основе свободного договора равных субъектов. В обществе с устойчивыми демократическими институтами СМИ вносят весомый вклад в его социальную и системную интеграцию.

Верховенство закона как фактор сохранения демократического строя общества основано на том, чтобы оградить широкие массы от злоупотреблений со стороны государственной власти новым информационными возможностями, предоставляемыми современным медиа-пространством. Поскольку, исходя из общего принципа самовоспроизведения власти, государство при любом общественном строе вряд ли сможет устоять от соблазна использовать все вновь появляющиеся технологии в интересах укрепления себя, только добросовестность представителей власти и закон как основной социальный регулятор способны установить рамки дозволенного. Юрген Хабермас в работе «Кризис легитимации» указывает, что кризис легитимности власти происходит в случае противоречий между ранее существовавшими в обществе основами законности и вновь появляющимися социальными тенденциями и ценностями, что может привести к смене социально-экономической структуры данного общества или государства в целях восстановления социальной справедливости [6].

Авторитарные режимы могут использовать СМИ для принятия или легитимизации сомнительных или же непопулярных мер путём усиленного заострения внимания

на них, преувеличения масштаба проблемы, а затем – объяснения принимаемых мер «волей народных масс», «требованиями трудящихся» и т.п. Можно выделить три шага информационной борьбы против оппозиции в авторитарном государстве: «отрезание» оппозиции от СМИ, чтобы они не могли пропагандировать свои идеи; маргинализация оппозиции, т.е. представление её в нелицеприятном свете; формирование «образа врага» и представление действующей власти как единственной силы, которая может спасти страну [5].

Нельзя рассматривать распространение информации как непосредственную угрозу существованию государства [3]. Закрытые от внешнего мира авторитарные и тоталитарные государства терпели крах не из-за диссидентов или деструктивного внешнего влияния, а из-за системного политико-экономического кризиса, вызванного застоем в руководящих кругах и их неспособностью адаптироваться к меняющимся условиям. Таким образом, информационный контроль можно рассматривать исключительно как средство запугивания или идеологизации населения страны, а также легитимизации правящей верхушки, что особенно важно для авторитарных государств, которым (в отличие от тоталитарных) не свойственен единоличный харизматичный лидер во главе [4].

Новые технологии управления общественным мнением дают и новые возможности для создания и укрепления тоталитарной или же авторитарной идеологии. Если с бурным ростом сети Интернет в середине 1990-х преобладал оптимизм по поводу будущего информационного общества, в соответствии с которым свобода обмена мнениями не сможет позволить новым диктаторам прийти к власти, то сейчас становится понятно, что такая позиция себя не оправдала, оказавшись упрощённой идеализированной утопией [1]. В то же время, свобода информации позволяет государству вести активный негласный мониторинг настроений в обществе и выявлять потенциально враждебные для себя элементы.

Использование симулякров в политической борьбе даёт возможность эксплуатации заинтересованными силами протестного потенциала населения: если массы недовольны своей жизнью (безработицей, низкой зарплатой, преступностью, уровнем жизни), то они с поддержкой воспринимают любую информацию о том, «кто виноват» и «что делать». При этом большинство не волнует достоверность подаваемой им информации, оно не задумывается и о том, что выполняя то, к чему его призывают (например, выходя на улицы на акции протеста), оно борется отнюдь не за то, за следовало бы бороться. Получается, что политические флешмобы, пикеты, марши — это замена, симулякр реальной борьбы за свои права, заведомо не достигающий тех целей, ради которых (по мнению участников акций) они организовываются. Реальной противоборствующей силы нет, а массовые акции (как правило, не сопровождающиеся кровопролитием) не представляют опасности для правящей верхушки [7]. Это также является одним из оснований возможности существования «мягкого» тоталитарного или авторитарного режима в информационном обществе.

Литература

1. Гонтарев Б.А. – СМИ и мировые цивилизации. Освещение проблем цивилизации в СМИ на Западе и в России. – М., 2010.

2. 2. Дергачев В. Геоэкономика (Современная геополитика). - Киев, ВИРА-Р, 2002, - 512 с.
3. 3. Доронин А.И. Бизнес-разведка. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство "Ось-89 2003. - 384 с.
4. 4. Цыганков А.П. Современные политические режимы: структура, типология, динамика. — М.: Интерпракс, 1995. — 296 с.
5. 5. Шарова В.Л. Визуализация образа в ксенофобном сознании. // Визуальный образ. Междисциплинарные исследования. - М., 2008
6. 6. Habermas, Juergen. Legitimation Crisis. Suhrkamp, 1973. - 120 p. ISBN 0-435-82386-8
7. 7. Short, Philip. Mao: A Life. Macmillan, 2001. - 782 p. ISBN 978-0-8050-6638-8.