

ЦЕНТР ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
«БЕРЛЕК – ЕДИНСТВО»

Мурзагалиев Радик Ишкалиевич  
Хадимуллин Руслан Робертович

**РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ  
МОЛОДЁЖНОГО ОБРАЗА  
ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

Уфа – 2015

УДК 327:316.614  
ББК 66,4+88.52  
М92

*Рекомендовано к печати ЦГИ «Берлек – Единство»  
в рамках грантового проекта № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_*

Научные рецензенты:  
*доктор политических наук, профессор Гайдук В.В.,  
доктор юридических наук, профессор Нигматуллин Р.В.*

**Мурзагалеев Р.И., Хадимуллин Р.Р.**

М91 Роль СМИ в формировании молодёжного образа евразийской интеграции / Уфа, ООО «Издательство «Диалог». 2 015. – 72 с.  
ISBN 978-5-94524-148-0

Средства массовой информации играют ключевую роль в формировании картины мира индивида, и во многом контролируют жизнедеятельность социума, как своеобразный интеграл представлений и действий отдельных особей homo sapiens. Особенно в вопросах адекватного восприятия цивилизационных, социокультурных и геополитических вызовов современности.

В этом контексте евразийские интеграционные процессы проходят, как говорится, испытание не только временем, но и получают конкретную оценку молодёжным социумом, который является наиболее информационно – просвещённым. И от того какой образ евразийской интеграции сложится среди молодёжи и будет во – многом зависеть будущее множества интеграционных проектов.

Аналитический доклад адресован ученым, преподавателям, аспирантам и докторантам гуманитарных дисциплин, студентам гуманитарных вузов, представителям отечественного и зарубежного экспертного сообщества, а также широкому кругу читателей, интересующихся проблемами информационного освещения евразийских интеграционных проектов.

© ЦГИ «Берлек – Единство»

**УДК 327:316.614  
ББК 66,4+88.52  
М92**

**ISBN 978-5-94524-148-0**

© Мурзагалеев Р.И., Хадимуллин Р.Р., 2015

# СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
ГЛАВА I. Геополитический фрейминг и информационная повестка дня .....	6
ГЛАВА II. Роль средств массовой информации в освещении значимых геополитических событий .....	35
ГЛАВА III. Информационный имидж евразийской интеграции в восприятии постсоветской молодёжью.....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	70

## ВВЕДЕНИЕ

Транслируемая СМИ информация способствует образованию поведенческих и ассоциативных стереотипов, оказывает существенное влияние на мышление, потребности и интересы личности, на её представления о мироустройстве и геополитической реальности. Человек современного общества формируется в сверхнасыщенном информационном пространстве, перегруженном образами симулятивной реальности. При этом, только СМИ позволяют человеку узнать о ситуации в мире, стране и даже городе, в котором он живёт или никогда не был.

Естественно, что человек не способен самостоятельно проверить достоверность получаемой через СМИ фактической информации и оценок, а зачастую даже отделить одно от другого. В результате неспособности разума отличить действительное от фикции, сознание современного человека наполняется привнесенными извне стереотипами, шаблонами поведения, установками и ценностями, которые индивид воспринимает, как свои собственные.

Посредством выбора тем, способа и формы подачи информации, СМИ фактически представляют аудитории интерпретации элементов реального мира, которые ни всегда полностью отражают реальность, но конструируют определенный образ действительности и задают массовой аудитории фреймы восприятия ее различных аспектов.

Поэтому, поле влияния «четвертой власти» распространяется на формирование общественного мнения по отношению практически к любым лицам, событиям и феноменам. Особенно если это касается молодёжи – наиболее информационно – подкованной социальной группы.

Евразийская тематика, по нашему мнению, занимает особое место в мировом информационном пространстве. Однако в западных средствах массовой информации формируется крайне однозначная позиция по отношению к тому, что представляет собой «евразийский локомотив» и какова роль в этих процессах России.

Так, например, исходя из позиции киевского политического

истеблишмента по данному вопросу, украинскими СМИ конструируется негативный образ России как «виновницы всех центрально – азиатских бед»<sup>1</sup>.

Важность и актуальность разработки адекватного информационного восприятия евразийской парадигмы, особенно в молодёжных группах, диктуется тем условием, что с одной стороны роль информационного противостояния в современной геополитической практике приобретает все большую значимость, с другой – технологии, используемые при трансляции информационного материала, в массе своей основаны на интуитивных соображениях или «здоровом смысле».

---

<sup>1</sup> Манойло А.В. Геополитическая картина современного мира и управляемый хаос // *ВВ: Международные отношения*. – 2015. – № 1. – С. 66–80.

## ГЛАВА I.

### Геополитический фрейминг и информационная повестка дня

Современная теория фреймов имеет широкое применение и достаточно длительную историю в геополитике. Однако формулирование основных принципов теории происходило параллельно сразу в нескольких областях научного знания. Истоки теории фреймов можно проследить в когнитивной психологии, социологии и изучении социально – политических движений, лингвистике и дискурс-анализе, политологии, коммуникациях и анализе медиа<sup>1</sup>.

Изучение фреймов тесно связано с исследованием формирования геополитической повестки дня. Оба этих направления фокусируются на взаимосвязи между проблемами, которые посредством медиа вынесены в публичную повестку, и реакцией наблюдателей на эти проблемы. Различие данных теорий состоит в том, что фрейминг сосредотачивается на сути происходящих событий, а не на самой теме, вынесенной в повестку дня. Иными словами, фрейминг исследует то, как люди думают и говорят об определённой теме из публичной повестки.<sup>2</sup>

Главное положение теории фреймов заключается в том, что именно фреймы представляют собой некие схемы интерпретации, с помощью которых наблюдатели обсуждают текущие события. Новостной фрейминг формирует набор концептуальных инструментов, которые в дальнейшем используются людьми для передачи, интерпретации и оценки поступающей к ним информации. Это не просто инструмент для привлечения внимания к строго определенным общественно – политическим проблемам, а внесение их в совершенно конкретные смысловые категории. Так фрейминг, в отличие от иных информационных технологий, формирует реакцию общества на текущие события (например, создание ЕАЭС). Фрейм – это всегда набор слов и символов, из которых мы сами собираем конструктор.

---

<sup>1</sup> Гончаров В.Э. Идеологический фрейминг как политическая технология // <http://political-technology.ru/index.php/2011-04-30-02-48-49/69-2013-01-02-14-39-25/>

<sup>2</sup> Pan Z., Kosicki G.M. Framing analysis: An approach to news discourse // *Political Communication*. 1993. Vol. 10. P. 70.

Ученый И. Гоффман в работе «Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта»<sup>1</sup> указывает на то, что фрейм служит для контекстуализации социально-политического взаимодействия. Т.е. фрейм есть схема интерпретации, призванная помочь аудитории определять, воспринимать, идентифицировать и называть некие перманентно окружающие индивида информационные потоки. Называя (именуя) нечто, наблюдатель использует язык определенного социально-политического порядка. Иными словами, «он помещает наблюдаемое событие в одну из ячеек системы различений».<sup>2</sup> Таким образом, в трактовке И. Гоффмана фрейм – это и матрица возможных событий, и схема интерпретации событий.

Фреймы организованы в системы фреймов, в рамках которых существует комбинация различных слоев реальности. В качестве первичной системы фреймов выступает повседневная и политическая реальность; вторичные системы фреймов – это мир текста, мир сна, мир спектакля, мир состязания и т. д.

Соответственно, фреймы задают способы, которыми участники, погруженные в ситуации взаимодействия, воспринимают геополитическую реальность и представляют ее самим себе и окружающим («угроза Третьей Мировой войны», «падение курса рубля» и т.д.). Таким образом, фреймы структурируют и упорядочивают наше внимание к различным сегментам геополитического процесса (в нашем случае евразийских интеграционных проектов).

Система фреймов – это соответствие события определенной ячейке в когнитивной схеме наблюдателя. Смысл основывается на возможности различения и квалификации. Иными словами, индивид распознает событие благодаря своей системе фреймов, квалифицирует его как событие «X» и описывает на языке того или иного политического порядка.

Исследователь В. Вайнштайн фокусируется на изучении значения фреймов и указывает на существование в каком-то смысле

---

<sup>1</sup> Гоффман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН, 2004. 752 с.

<sup>2</sup> Вахштайн В. На краю привычного мира: события и их фреймы // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 3. С. 81.

«тотальной диктатуры фрейма». Именно фреймы делают видимыми одни события и скрывают из поля зрения аудитории другие, превращая их в невидимые<sup>1</sup>.

Функциональное значение фреймов для геополитики трудно переоценить.

Во-первых, с их помощью граждане могут регистрировать и интерпретировать события предсказуемым образом.

Во-вторых, со временем граждане начинают помещать наблюдаемые события и явления в отработанные, надёжные и многократно обкатанные системы международных интерпретаций.

В-третьих, фреймы помогают редуцировать комплексность, а значит ориентироваться в перенасыщенном информационном поле. Учёный В. Вайнштайн отмечал: «Можно жить в плохо предсказуемом мире, но невозможно жить в мире неопишемом и неразличимом»<sup>2</sup>.

Российскими исследователями А. Филипповым и В. Вахштайном фрейм-анализ используется как инструмент аналитического наблюдения повседневной событийности. Согласно этой концепции, наблюдатель «регистрирует» событие, идентифицирует его и помещает в определённую систему фреймов. В итоге событие одновременно является и элементом повседневного мира, и содержанием фрейма.

А. Филиппов представил геополитическое событие как экстраординарное событие власти, взламывающее «рутину повседневной жизни»<sup>3</sup>. Возможность идентификации геополитических событий зависит от места наблюдателя. Иными словами, то, что один наблюдатель идентифицирует как геополитическое событие, другой может идентифицировать как неполитическое событие.

По мнению А. Филиппова, в обществах, где широко применяется жёсткий повседневный политический контроль, участники взаимодействия не отделяют «повседневность» от «политики»,

---

<sup>1</sup> Вахштайн В. На краю привычного мира: события и их фреймы // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 3. С. 83.

<sup>2</sup> Вахштайн В. На краю привычного мира: события и их фреймы // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 3. С. 81.

<sup>3</sup> Филиппов А.Ф. Пространство геополитических событий // ПОЛИС. 2005. № 2. С. 6–25.



политическое становится для них неполитическим. То же самое происходит и в тех случаях, когда мы знакомимся с повествованиями непосредственных участников значительных международных политических событий<sup>1</sup>.

Анализ фреймов широко применяется и для изучения кинематографа, живописи, литературы, фотоискусства, СМИ как инструментов отражения повседневной жизни людей в условиях определённого политического процесса. Характерные черты существующего в конкретном обществе режима выявляют себя в моделях контактов политических активистов, на плакатах во время политических демонстраций, политической рекламе и др.

Учёный Б.В. Дубин с помощью анализа фреймов выделил два типа репрезентации политического в искусстве<sup>2</sup>.

1. Ангажированное, мобилизационное искусство: оно воплощает программу сил, которые стремятся участвовать во власти. Такое искусство может быть направлено как на поддержку власти, так и на протест против неё.

2. Критически дистанцированное искусство: оно направлено на изображение «внутренней кухни» политики, т.е. планомерно работает с политическими фигурами, риториками, символами, мифами, демонтирует их и показывает, «как это сделано».

В рамках подобных исследований внимание также фокусируется на воплощении политической системы в киносюжетах, в повседневности, отраженной кинематографом, изучается специфика представления/репрезентаций политических конфликтов в визуальных медиа. Во внимание принимается также и тот факт, что представители мира искусства могут предлагать собственные варианты «конструирования» политической повседневности и конфликтности.

Фрейм-аналитическая социология изучает антропологию врага в ранней советологии, иконографию рабочего и крестьянки в советском политическом дискурсе, эволюцию образов политики в советском кино. Она также рассматривает специфику неформальных

---

<sup>1</sup> Филиппов А.Ф. Пространство политических событий // ПОЛИС. 2005. № 2. С. 6–25.

<sup>2</sup> Дубинин Б.В. «Противовес»: символика Запада в России последних лет // Pro et Contra. 2004. Т.8.

повседневных связей, социально – политических сетей, образующих микросреду индивида.

Исследователь коммуникаций Р. Энтман определяет фрейм, прежде всего, как процесс отбора некоторых аспектов воспринимаемой реальности, итогом которого становится специфическое определение социально – политической проблемы, объяснение её причин и следствий, а также оценивание с позиций морали и нравственности.<sup>1</sup> Все вовлечённые наблюдатели производят операции различения, классификации, именованя и тематизации.

Для исследования возможностей фрейминга в геополитике Д. Яноу и М. Ван Хульстом был предложен особый подход, специфическая фрейм-аналитическая оптика изучения принятия геополитических решений. Она получила название «динамический подход к фреймированию в геополитике» и включает 4 аспекта:

1. работу по производству значений (meaning-making);
2. реализацию с помощью отбора, категоризации и именованя;
3. импликацию через повествование (storytelling);
4. «модусы, проявляющиеся в механике конструирования смыслов» (смыслов проблем, идентичностей и отношений).<sup>2</sup>

Согласно данному подходу, в геополитике процесс фреймирования (фрейминга), т.е. создание акторами значений событий и регулирование своего поведения в соответствии с этими значениями, имеет важную особенность, а именно: «использование значений является скорее публичным, нежели частным действием».<sup>3</sup>

Когда человек сталкивается с чем-то необычным и неопределённым, он, как правило, задаётся вопросом: «Что здесь происходит?». Ответ на этот вопрос как раз и обеспечивается процессом фреймирования. В свою очередь, ответ на вопрос «Что здесь происходит?» делает возможными дальнейшие, в том числе и коллективные, действия. Следовательно, фреймирование предполагает сразу 2 операции: организацию прошлого опыта и ориентацию будущих действий.

---

<sup>1</sup> Entman R. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm // Political Communication. 1993. Vol. 43(4). Pp. 51-58.

<sup>2</sup> Яноу Д., Ван Хульст М. Фреймы геополитического: от фрейм-анализа к анализу фреймирования // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 1-2. С. 87-113.

<sup>3</sup> Там же. С. 93.

Схожие задачи фреймирования выделяли Д. Сноу и Р. Бенфорд. Они вводят понятие «фрейминг» в значении «деятельности движения по созданию смысловых схем, рамок, которые обеспечивают его общественную поддержку». Однако у них были описаны 3 задачи:

1. Диагностирование ситуации;
2. Принятие решения;
3. «Призыв к оружию».<sup>1</sup>

Политическая социология повседневности также активно использует фрейм-анализ. В этом контексте внимание сосредоточено на изучении того, как люди создают определения для повседневных ситуаций в сфере политики и соотносят отдельные ситуации с данными определениям. Иными словами, в рамках данной области научного знания анализ фреймов применяется для изучения «организации контекстов повседневных действий, схем восприятия повседневных событий, в конечном итоге – политической культуры повседневности».<sup>2</sup>

В масс-медиа фрейминг приобретает некоторые специфическое назначение и играет особую роль. Новостной фрейминг является одним из самых значимых для формирования определённых интерпретативных схем и смысла. Именно новостной фрейминг является важнейшей характеристикой, шаблоном, которым руководствуются журналисты во время монтажа, подборе цитат и других элементов истории, которая в конечном итоге ориентирует аудиторию относительно произошедшего события и заложит основы его дальнейшей интерпретации.

Фрейм выделяет и фокусирует внимание аудитории на каком-то определённом аспекте реальности, вычленном из крайне насыщенного медиа-поля: «To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating context, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation

---

<sup>1</sup> Snow D. A., Benford R. D. Ideology, frame resonance, and participant mobilization // International Social Movement Research. 1988. Vol. 1. Pp. 197–217.

<sup>2</sup> Плотицкина Н.В. Политическая социология повседневности: концепт практик versus концепт фреймов // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2010. Т. 6. № 2. С. 227-240.

for the item described» («Фреймировать – значит выбирать некоторые аспекты из воспринимаемой реальности и делать их более заметными в коммуникационном контексте, чтобы усилить значимость специфического определения проблемы, интерпретации причин, моральной оценки и/или трактовки обсуждаемой проблемы»)<sup>1</sup>.

В данной работе мы особо рассмотрим примеры, связанные с использованием фрейминга при освещении в СМИ евразийских интеграционных проектов и восприятие их молодёжью.

Впервые об особом способе изображения геополитических интеграционных проектов в СМИ заговорили исследователи Дж. Чан и Ч. Ли ещё в 1984 г. Они исследовали то, как масс-медиа могут делегитимизировать и маргинализировать геополитический проект в обществе, которые бросают вызов сложившемуся в стране status quo.

Исследователь Д. Маклеод выделил несколько базовых категорий изображения геополитических процессов в СМИ:

1. «narrative structures» – сценарий построения новостного сюжета о геополитическом проекте ;
2. «reliance on official sources» – освещение преимущественно официальной позиции действующих властей;
3. «invocation of public opinion» – спекуляции с исследованиями общественного мнения.

По мнению некоторых учёных, многие традиционные медиа часто прибегали к дискредитации и маргинализации интеграционных проектов: «...журналисты опираются на парадигму, которая фокусируется на тактике, зрелищности и драматических событиях, а не на выявлении причин проблем».<sup>2</sup>

Использование фреймов в СМИ ориентировано не на сообщение аудитории, что думать о том или ином событии, а думать о нём. Целью формирования определенного фрейма в общественном сознании может являться стремление предложить аудитории выбрать

---

<sup>1</sup> Entman R. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm // *Political Communication*. 1993. Vol. 43(4). P. 52.

<sup>2</sup> Harlow S., Johnson T.J. Overthrowing the Protest Paradigm? How *The New York Times*, *Global Voices* and *Twitter* Covered the Egyptian Revolution // *International Journal of Communication*. 2011. Vol. 5. P.1.

виновного в социальных, экономических или даже геополитических проблемах страны.

Исследования фрейминга евразийских интеграционных проектов в СМИ базируются на предположении о том, что аудитория конструирует значения и смыслы из очень насыщенного медиаполя<sup>1</sup>. Однако это не означает, что аудитория рассматривается как использующая исключительно медиа для формирования собственной позиции по тому или иному вопросу повестки дня.

Напротив, в настоящей работе аудитория представляется как формирующая суждения и мнения на основе активного использования широкого круга источников информации и ресурсов, медиа же являются лишь одним из них.

Особо стоит отметить, что геополитический фрейминг и повестка дня, понятия не тождественные.

Кроме того, при использовании фрейм-анализа учитывается и то, что аудитория – это не просто пассивные реципиенты, так называемые потребители символов, но еще и их производители.

Геополитический фрейминг, в отличие от геополитической повестки дня, делает акцент не на самих событиях, а на их характеристиках, позволяющих отнести данное событие к уже известной категории. Но при этом фреймируются именно актуальные события, освещаемые в новостных программах. Поэтому некоторые сторонники теории «повестки дня» даже утверждают, что фрейминг представляет собой не более чем второй уровень повестки дня<sup>2</sup>. Однако, различия между повесткой дня и фреймингом, как инструментами геополитических технологий, довольно существенны.

Дело в том, что реально повлиять на медийную и геополитическую повестку дня очень сложно. Иначе говоря, установление благоприятной повестки дня, – действительно высокоэффективная, но редко применяемая на практике геополитическая технология.

Совсем другое дело – фрейминг. Мировые лидеры в своих публичных выступлениях и рекламных роликах, а также журналисты

---

<sup>1</sup> Neumann, W. R., Just, M. R., & Crigler, A. N. Common knowledge: News and the construction of political meaning. Chicago: University of Chicago Press, 1992. P. 7.

<sup>2</sup> Gerber A., Huber G., Doherty D., Dowling C., Ha S. Personality and Political Attitudes: Relationships across Issue Domains and Political Contexts. // American Political Science Review, February 2010, Vol. 104, No. 1, P.111-133.

и прочие публичные персоны постоянно задают различные интерпретации текущих новостей и геополитических проблем, тем самым фреймируя их в соответствии с определёнными геополитическими ценностями. При этом наиболее общие или базовые геополитические фреймы мало отличаются от идеологем, что и приводит к терминологической путанице. Поэтому с точки зрения коммуникативистики идеологию можно рассматривать в качестве иерархической системы фреймов<sup>1</sup>.

Вместе с тем, процесс первичного фреймирования проблемной ситуации как раз лучше объясняется с помощью инструментария теории идеологии. Создание устойчивой взаимосвязи между отдельно взятым фреймом и геополитической установкой массового сознания не только требует продолжительной работы, но и должно опираться на реальный опыт поколений. В противном случае эффект достигнут не будет.

Исследователь В.Э. Гончаров выделяет несколько составляющих технологии геополитического фрейминга, используемых СМИ: 1) создание фреймов на уровне дискурсивных сообществ; 2) закрепление фреймов в массовом сознании с помощью длительного подкрепления информационными поводами; 3) актуализацию фреймов в ситуациях, требующей массовой геополитической мобилизации<sup>2</sup>.

Первый этап можно назвать идеологическим фреймингом, поскольку на этом этапе требуется развёрнутая политическая аргументация. Таким образом, базовые геополитические фреймы действительно являются элементами идеологий, но эффективный идеологический фрейминг не тождественен идеологическому конструированию, поскольку дополняется коммуникационными техниками, такими как создание информационных поводов и поддержка темы.

Далее хотелось бы остановиться на медийных приёмах и технологиях формирования геополитического фрейма.

---

<sup>1</sup>Гончаров В.Э. Идеологический фрейминг как политическая технология // <http://political-technology.ru/index.php/2011-04-30-02-48-49/69-2013-01-02-14-39-25/>

<sup>2</sup>Гончаров В.Э. Идеологический фрейминг как геополитическая технология // <http://political-technology.ru/index.php/2011-04-30-02-48-49/69-2013-01-02-14-39-25/>

Классифицируя манипулятивные технологии в масс-медиа, И.М. Дзялошинский выделяет следующие группы способов манипуляции в СМИ: использование механизмов социального контроля; актуализация, трансформация или формирование ментально-мифологических конструкторов; актуализация ценностно-эмоциональных представлений; управление информационным пространством; задействование психологических автоматизмов; использование психологических и убеждающих логических уловок<sup>1</sup>.

Такой подход представляется недостаточно продуктивным, так как, во-первых, достаточно широкие и не строго обособленные группы приемов пересекаются между собой, и, во-вторых, данная классификация не имеет общих критериев и объединяет принципиально неоднородные группы – четыре из семи выделенных исследователем групп указывают на мишени манипулятивного воздействия, в то время как остальные – на способ его проведения (управление информационными потоками, использование психологических и логических уловок). В силу того, что один прием воздействия может применяться для атаки различных мишеней, представляется более корректной классификация техник по способу воздействия, который неизменен для каждого приема. Таким образом, данный подход не годится для выявления информационных техник восприятия евразийских интеграционных процессов конфликтов и абсолютно не применим для изучения языковых средств, посредством которых она реализуется.

Учёный А.А. Белгородский, изучая технологии информационного воздействия в рекламе, выделяет четыре их группы: психологические техники манипуляции, манипуляция посредством варьирования композиции и формата сообщения, воздействующие логические приемы, и приемы, связанные с манипулированием статистической информацией<sup>2</sup>. Однако, очевидно, что построенная

---

<sup>1</sup> Дзялошинский, И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – №№ 1-2; Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в СМИ: учебно-методическое пособие. – М., 2006. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dzyalosh.ru/04-master/metod/manipulyativnye-tehnologii.doc>.

<sup>2</sup> Белгородский А.А. Манипулятивные методы в рекламе // Маркетинг в России и за рубежом. – М., 2005. – № 6.

классификация не имеет общего критерия разделения приемов на группы, и кроме того и не учитывает множества важных техник и средств языкового воздействия – ни имплицитных конструкций, ни различных способов построения манипулятивных когнитивных операций, ни риторических приемов, а потому также не может рассматриваться в качестве строгой и исчерпывающей системы.

Интересный подход к классификации приемов речевого воздействия в масс-медиа предлагает О.Н. Быкова<sup>1</sup>. Она разделяет различные приемы на три вида способов речевого воздействия, основываясь на том, каким образом происходит изменение «поля значений» в сознании адресата: с помощью сообщения неизвестной ранее информации (введение новых компонентов в поле значений), за счет сообщения новых сведений об уже известном (трансформация существующих компонентов поля значений), посредством сообщений, которые, не затрагивая знаний адресата об элементах действительности, корректируют отношение к ним (изменение вхождения компонента в поле значений). Эти типы речевого воздействия Быкова напрямую соотносит с тремя функциями СМИ – информирующей, идеологической (истолкование первичной информации) и рекреационной. Несмотря на безусловную оригинальность, такая классификация приводит к неоднозначному разделению приемов по группам, так как многие из них могут принадлежать ко всем трем (например, имплицатуры), хотя Быкова предполагает исключительное соответствие приемов и речевых средств каждому из выделенных типов воздействия (так, имплицатура она относит только к воздействию первого типа<sup>2</sup>). Кроме того, такой подход базируется на субъективной категории ранее известного/неизвестного, что не позволяет во многих случаях с уверенностью утверждать о применении конкретного типа воздействия.

Учёный П.Б. Паршин предлагает классифицировать приемы воздействия по компонентам внутреннего мира человека, на которые может быть направлена манипуляция. Исходя из этого, он выделяет

---

<sup>1</sup> Быкова О.Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение: Вестн. Росс. рит. ассоц. – Красноярск, 2000. – №1.

<sup>2</sup> Там же. – С. 46



три вида манипуляции: через обращение к эмоциям, через обращение к социальным установкам, посредством обращения к представлениям о мире<sup>1</sup>. Последнюю группу он дополнительно разделяет на три составляющих: образ действительности, структуру ценностей и набор рецептов деятельности. Следовательно, рассматриваемая классификация базируется на мишенях воздействия, но, как уже указывалось, проведение прямой и однозначной взаимосвязи между приемами и мишенями мы считаем некорректным, так как один прием может быть направлен на различные мишени не только в различных ситуациях, но и в конкретном употреблении (например, известная политическая метафора, представляющая президента как «отца нации» обращается одновременно и к эмоциям, и к социальному самочувствию человека, и к образу действительности). Более того, выбранные в качестве основы классификации мишени пересекаются (так, в приведенном примере обращение к социальным установкам провоцирует эмоции и затрагивает мироощущение) и представляют далеко не все возможные мишени воздействия, оставляя вне рассмотрения потребности, склонности, интересы и ряд других когнитивно-психических образований.

Таким образом, анализ литературы, посвященной классификации техник манипуляции, позволяет согласиться с утверждением И.М. Дзялошинского о том, что «общепринятых содержательных классификаций до сих пор не создано»<sup>2</sup>.

С научной точки зрения в качестве основы для систематизации средств общественного воздействия нами была взята классификация, предложенная П.Б. Паршиным, в статье «Речевое воздействие»<sup>3</sup>. Исходя из того, что речевое воздействие предполагает особый отбор средств актором, автор рассматривает построение

---

<sup>1</sup> Паршин П.Б. Речевое воздействие: основные сферы и разно-видности // Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Ю.К. Пирогова, П.Б. Паршин. – М., 2000. – С. 63–71.

<sup>2</sup> Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в СМИ: учебно-методическое пособие. – М., 2006. – С. 5. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dzyalosh.ru/04-master/metod/manipulyativnye-tehnologii.doc>.

<sup>3</sup> Паршин П.Б. Речевое воздействие // Виртуальная энциклопедия «Кругосвет» ([www.krugosvet.ru](http://www.krugosvet.ru)). – [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/RECHEVOE\\_VOZDESTVIE.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html).

воздействующего сообщения, как выбор определенных языковых средств на различных уровнях языка.

Руководствуясь таким подходом Паршин формулирует следующие этапы выбора средств воздействия: формальную оболочку текста (для устной речи – это фоносемантические, ритмические, аллитерационные особенности ее устройства, для письменной – параграфемические средства), употребляемые слова и эквивалентные им словосочетания (фразеологизмы), используемые синтаксические конструкции, макроструктуры, когнитивные и логические операции. Такая классификация представляется наиболее научно обоснованной, однако, во-первых, в ней не учитываются многообразные риторические приемы, во-вторых, в рамках небольшой статьи автор охватывает лишь малую долю языковых средств потенциально применимых в манипулятивных целях и не касается рассмотрения реализуемых ими приемов, и, в-третьих, логические и когнитивные операции выбиваются из классификации, так как характеризуют приемы воздействия, в то время как остальные группы – языковые средства.

Можно предложить достаточно много различных критериев, которые могли бы быть положены в основу классификации приемов и средств языкового воздействия. Такими критериями, например, могут быть: тип (уровень) используемых в манипуляции языковых средств; виды психологических механизмов воздействия; достижимые перлокутивные эффекты; мишени, на которое направлено воздействие; стратегии или тактики, в рамках которых применяются приемы, или типы решаемых с их помощью задач, и так далее.

Так как информационное воздействие всегда предполагает участие со стороны адресата, в качестве основы классификации были выбраны уровни интерпретации сообщения, на которых на адресата оказывается воздействующий эффект:

- I. Уровень интерпретации фактического содержания
- II. Уровень интерпретации текстовых структур (макроструктур, предложений, словосочетаний), объединенных единой прагматической функцией – актуализировать определенные мыслительные операции в сознании адресата (логические, психологические и когнитивные)
- III. уровень интерпретации языковых средств разных уровней языка.

В соответствии с этим приемы и средства языкового информационного воздействия, были разделены на следующие группы (классы):

1. *Манипулирование информацией.* Эта группа приемов, связана с целенаправленным преобразованием фактического содержания сообщений и работой с информационным потоком. Многообразие различных способов трансформации содержания, используемых в СМИ, можно свести к следующим основным группам техник: селекция (от избирательной подачи фактов (например, только «плюс» или «минус» фактов) и выбора тем освещения, до абсолютного умолчания и сокрытия нежелательных тем), *искажение* (также может принимать различные формы от аккуратных преобразований, как минимизация, преувеличение, смещение акцентов или подтасовка фактов, до фальсификации, то есть сообщения заведомо ложной информации), *манипулятивные способы подачи информации* (к этой подгруппе относятся такие приемы, как отрывочность и избыточность подачи информации, затрудняющие понимание сути; придание статуса новости тому, что ей объективно не является, то есть изначально не представляет интереса для аудитории; особая компоновка тем, позволяющая варьировать предполагаемую читателем значимость сообщений, а также последовательность и момент подачи информации, позволяющий регулировать размер аудитории получателей).

Эта группа приемов преимущественно используется для формирования определенного фонда знаний, представлений аудитории о различных объектах действительности и, посредством этого, отношения к ним.

2. *Использование риторического инструментария*, то есть объединенных общей перлокутивной функцией текстовых конструкций (словосочетаний, предложений и макроструктур) призванных актуализировать нужные мыслительные операции в сознании адресата (логические, психологические и когнитивные). Эту группу приемов можно разбить на следующие основные подгруппы:

- *Логические уловки* (например, ложные допущения, неявные нарушения законов логики, имплицатуры, пресуппозиции, искажение тезиса, некорректные сравнения, необоснованные генерализации и проч.). Они могут использоваться для псевдологического обоснования ложных утверждений и убеждения адресата

в выгодных манипулятору мнениях. Управлять мнением и выводами аудитории, во-первых, позволяют логические ошибки, базирующиеся на интерпретации двусмысленных и неоднозначно построенных, благодаря полисемии лексических и синтаксических конструкций, фраз. Так, например, на подмене связей и принадлежности местоимений строится известный софизм: «Этот пес твой; он является отцом; значит, он твой отец». Некритичное автоматическое извлечение адресатом и разворачивание содержащейся в тексте имплицитной информации также позволяет управлять выводами адресата. За счет языковых конвенций и шаблонов мышления, информация, не высказанная в тексте открыто, но подразумеваемая имплицитными логическими связями, «с необходимостью извлекается читателем»<sup>1</sup>, что позволяет провоцировать ложные умозаключения с помощью пресуппозиций и различного рода импликатур, незаметно направляющих адресата на «ложный след». Еще один тип логических уловок – это приемы псевдоаргументации. Их в свою очередь можно разделить на уловки, связанные с тремя уровнями доказательства: с нарушением правил тождества и однозначности тезиса (неопределенность тезиса, позволяющая трактовать его в зависимости от нужд манипулятора; различные формы искажения исходного тезиса, в том числе подмена, сужение и расширение), с логическими противоречиями в аргументации (несоблюдение законов достаточного основания, исключенного третьего и непротиворечия, нарушение причинно-следственных связей, в частности, такие классические со времен софистов логические уловки, как «мнимое следование», «после этого значит вследствие этого», «порочный круг» и «скользящий склон») и некорректным применением аргументов (игнорирование условий, ограничивающих верность аргумента, например, преподнесение конкретного факта в виде закономерности). При ложной аргументации могут неявно нарушаться все четыре основных закона логики, использоваться противоречащие друг другу, ложные или

---

<sup>1</sup> Пирогова Ю.К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) // Scripta linguisticae applicatae. Проблемы прикладной лингвистики-2001. – М., 2002. – С. 213.

частично истинные суждения, некоторым образом связанные с тезисом, но не подтверждающие его аргументы, бесосновательные сравнения, некорректные сопоставления и аналогии, создающие в совокупности иллюзию доказанности утверждения, при фактической бездоказательности и отсутствии реальной аргументации.

• *Психологические уловки* (такие как «двойная бухгалтерия», «чтение в сердцах», аргументы «к публике», «к страху», «к личности», риторические вопросы и проч.) в отличие от логических направлены не на убеждение посредством формирования впечатления обоснованности суждений, а на воздействие на уровне чувств. Иррациональная аргументация, основанная на апелляции к эмоциональной сфере психики, может использоваться в целях снижения критичности восприятия информации (например, объединяющее «мы», риторические вопросы, юмор, трюизмы, аргументы «к публике», «к тщеславию») или для повышения ее убедительности (апелляция к авторитету; приписывание спорных утверждений неопределенным авторитетным субъектам, например, «по мнению ученых»; привлечение «мнения масс»; апелляция к социальному доказательству; «псевдообъяснение» – предложение ответов на предполагаемые вопросы аудитории; аргументы «к невежеству»), для формирования эмоциональных представлений о действительности (контрастная подача и противопоставления, умножение действий и объектов, аргументы к жалости и страху), в целях дискредитации позиций и личностей оппонентов (прием «неполного опровержения» – разнос наиболее слабого аргумента оппонента с целью продемонстрировать неверность тезиса; выдергивание из контекста или ложное приписывание оппоненту утверждений для разрушительной критики; инсинуации; аргументы «ad hominem»; «чтение в сердцах»), для расположения аудитории к автору (акцент на откровенности и честности, юмор, апелляция к общему фонду знаний, принижение ироний) и, в конечном счете, для внушения адресатам желаемых представлений, установок и идей (аргументы «к обыденному сознанию», например, «всем известно, что...», «а почему бы не...»; сверхобобщения; риторические вопросы). Иррациональная аргументация позволяет эмоционально заражать аудиторию, внушать ей определенные заблуждения, и при этом отменяет необходимость доказывать свою мысль.

• Использование *фигур речи, связанных с когнитивными операциями*. В данном случае языковое воздействие направляется на способ осмысления мира и образ действительности в сознании адресата, компонентами которого примеры, метафоры, генерализации, метонимии и аналогии являются. Когнитивные операции метафорического и метонимического переносов, экземплификации, аналогии и генерализации основаны на установлении некоторого сходства между двумя понятиями. При этом, очевидна, избирательность таких моделей мышления, так как, выделяя среди всех атрибутов сопоставляемых понятий лишь некоторые, эти мыслительные операции способствуют редукции сложности. Построение речевых конструкций, инициирующих данные когнитивные операции, неизбежно несет в себе имплицитную информацию (нередко экспрессивную или оценочную), смысловую неопределенность и предвзятость, выраженную уже в самом принципе выделяемого сходства, что может использоваться для схематизации представлений и искажения образа действительности, формирования установок восприятия новой информации и устойчивых шаблонов ее осмысления.

• *Макроструктурная организация* (например, нарративные, композиционные, риторические, каузальные). К этой подгруппе относятся способы формальной (например, диалоги или списки) и содержательной (например, логика повествования и композиционоречевые формы) организации текста, выходящие за рамки предложения<sup>1</sup>. Они применяются не только для выстраивания наиболее убедительной аргументации, эффективной манипуляции или эмоционально воздействующего сюжета, но также позволяют задействовать узнаваемые адресантом модели построения сообщения (например, «закономерный результат», «очередная неудача», «ожидаемая победа» и проч.). Такой подход может использоваться, например, для проецирования значений шаблонов на нужную ситуацию, для формирования определенных ожиданий развития событий, создания эмоционального настроения и т.д.

---

<sup>1</sup> Паршин П.Б. Речевое воздействие // Виртуальная энциклопедия «Кругосвет» ([www.krugosvet.ru](http://www.krugosvet.ru)). – [Электронный ресурс]. URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/RECHEVOE\\_VOZDESTVIE.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html)

1. *Воздействие посредством языковых средств.* Эту группу можно разбить на подгруппы в соответствии с уровнями языковых средств, применимых для манипулятивного воздействия:

- *Синтаксические средства* (например, активный/пассивный залог, модальность, повторы, параллельные конструкции, темп и т.д.) предоставляют широкий спектр возможностей для речевого воздействия. Трансформация синтаксических конструкций предложения позволяет включать в фокус или исключать из фокуса внимания аудитории участников ситуации (пассивизация, номинализация, использование неопределенно- или обобщенно-личных предложений), менять степень активности участников и дистанцию между событием и субъектом (опущение или неопределенность агенса, пассивизация, варьирование агентивности), варьировать эмоциональность (опущение экспериенцера, модальные указатели, темп), акцентировать внимание на определенных смыслах (параллельные конструкции, перестановка, инициализация, повторы) и проч. Посредством включения или удаления из предложений «лишней» информации об участниках, времени и самом действии, эти приемы могут формировать отношение к предмету речи (например, снятие или перенос ответственности за действие; сокрытие, оправдание или обвинение участников), и поэтому используются для предвзятой презентации событий и направления мыслей адресата.

- *Лексико-семантические средства:* омонимы, полисеманты, окказионализмы, эвфемизмы, дисфемизмы, гиперонимы, конверсивы, аффективы, агнонимичная, жаргонная, оценочная и коннотированная лексика, модальные операторы и проч. Благодаря огромному разнообразию семантики лексики и возможностей лексических замен, наиболее многофункциональным инструментом воздействия является выбор употребляемых слов. Воздействие на адресата в этом случае осуществляется за счет присутствия в тексте «словоманипуляторов», обладающих оценочными, экспрессивными, коннотированными или ассоциативными сопутствующими значениями, которые направляют мысли читателя, создавая необходимую установку на интерпретацию сообщения. Так, средства этой группы могут использоваться для формирования отношения к лицам, явлениям и событиям (например, приемы лексической интерпретации, амфиболии, «наклеивание ярлыков», оценочной номинации, смысловой контаминации), для эмоционального заражения



и управления настроением аудитории (речевая агрессия, слова-аффективы, мелиорация и пейорация, использование модальных операторов долженствования и возможности), для солидаризации аудитории с автором (слова фиксирующие отношение «своей-чужой»; инклюзивное «мы»; использование окказионализмов; жаргонной или специализированной лексики понятной только посвященным), для навязывания предлагаемого видения действительности (эвфемизация, дисфемизация, использование коннотированной лексики, штампов и клише), для самопрезентации автора (используемая лексика позволяет конструировать образ автора, демонстрируя к какой социальной группе он принадлежит), для определенного восприятия цитируемого эксперта и других целей.

- *Словообразовательные и морфолого-семантические средства* необходимо упомянуть как частный случай лексико-семантических средств речевого воздействия (например, диминутивизация, суффиксы субъективных оценок, оценочное словообразование, символные обозначения сокращений, умышленный аграмматизм и трансформированное написание слов). Эти средства также применяются для формирования или трансформации представлений о предмете речи и отношения к нему, для саморепрезентации автора, кроме того, с их использованием создаются оценочно- или эмоционально-окрашенные неологизмы, которые часто употребляются в целях «прилипчивого нейминга» или в качестве слов-маркеров социальных групп.

- *Параграфемические средства.* Среди параграфемических средств воздействия, использующихся в текстах интернет-СМИ, следует выделить синграфемiku (пунктуационное варьирование – использование и расстановку знаков препинания) и супраграфемiku (шрифтовое варьирование – цвет, размер, кегль и гарнитура шрифта, а также способы шрифтового выделения). Обе группы параграфемических средств могут применяться для манипулирования вниманием, расстановки акцентов в тексте, возбуждения дополнительных ассоциаций, формирования экспектаций или определенного восприятия части текста. Кроме того, синграфемика позволяет реализовывать такие приемы, как амфиболия (например, знаменитое «казнить нельзя помиловать»), регулировать внутреннюю интенсивность или темп текста, что позволяет «настраивать» читателя на определенную эмоциональную волну.



Безусловно, приведенный в рамках классификации перечень средств, приемов языковой манипуляции и перлокутивных эффектов, которых с их помощью можно достичь, не исчерпывает всю совокупность возможных приемов и средств языковой манипуляции. Более того, перечислить и описать все приемы в рамках данной дипломной работы не представляется возможным. Но такая задача и не ставилась – в целях построения классификации и проверки ее корректности достаточно было рассмотреть и распределить по группам наиболее распространенные и чаще других упоминаемые в литературе способы языковой манипуляции. Проведенная таким образом проверка подтвердила, что предложенная классификация действительно позволяет разбить всё многообразие используемых приемов и средств языковой манипуляции на 3 основных класса, и поэтому представляется удачной, в том числе и для использования ее при анализе приемов и средств речевого воздействия в интернет-СМИ.

Необходимо заметить, что рассматриваемые в классификация языковые средства, использующиеся для манипулятивного воздействия, не манипулятивны по своей природе. Поэтому при анализе манипулятивного потенциала текста следует оценивать не наличие тех или иных применяющихся при манипуляции языковых средств, а их перлокутивную функцию в конкретном контексте.

Далее хотелось бы рассмотреть особенности медийной манипуляции посредством интернет – СМИ, так как они задают конъюнктуру этого процесса и могут оказывать на него существенное влияние.

Онлайн-СМИ по определению А. Калмыкова является любой сайт «предназначенный для решения задач, свойственных печатным и электронным несетевым средствам массовой информации»<sup>1</sup>. Таким образом, принципиальным отличием сетевых изданий от несетевых выступает использование IP-протокола, то есть осуществление вещания в сети интернет. С учетом анализа коммуникационной специфики различных типов веб-сайтов и их

---

<sup>1</sup> Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика». М., 2005. – С. 101.

технологических возможностей, которые могут использоваться в целях манипуляции,

можно выделить следующие потенциально применимые в целях манипуляционного воздействия особенности функционирования сайтов интернет-СМИ, отсутствовавшие в печатных медиа:

- *Мультиформатность*: интернет включил в себя не только все типы передачи информации, присущие традиционным медиа – аудиальный (радио), аудиовизуальный (телевидение), графический и текстуальный (пресса) – но и не существовавшие до этого формы интерактивного взаимодействия, например, такие как, динамическая анимированная инфографика или социальные приложения. Мультиформатность позволяет манипулятору задействовать большее количество каналов репрезентативной системы человека, что значительно повышает эмоциональный резонанс и эффективность воздействия.

- *Интерактивность*: Отсутствие в интернет-СМИ технического инструментария, предоставляющего читателям возможности обратной связи, сегодня считается моветоном. Во избежание появления у аудитории ощущения одностороннего воздействия и формирования комплекса «безучастности адресата», большинство веб-медиа используют различные виды интерактивного взаимодействия. В зависимости от конкретного издания интерактивность обычно принимает формы оценочной (рейтинги, голосования, «лайки», «репосты») и текстуальной обратной связи (возможность высказать мнение в комментариях к новости, на форуме этого медиа или в чате). Однако, эти ставшие «классическими» механизмы скорее имитируют реальное взаимодействие с изданием, чем позволяют принять участие в информационном процессе, так как общение в них ведется преимущественно с другими потребителями информации. В тоже время, наличие обратной связи, с одной стороны, способствует повышению доверия к медиа, демонстрируя его потенциальную «диалогичность», а с другой, предоставляет манипулятору возможность корректировать способы воздействия, повышая его результативность.

- *Персонализация*: анализ файлов cookie, перемещений посетителей по сайту, данных их профилей в социальных сетях и прочей статистической информации позволяет подстраивать содержание веб-страниц под конкретных пользователей, с учетом

выявленных у них аналитическим алгоритмом предпочтений, интересов и потребностей. Скрытая персонализация в интернет-СМИ может использоваться из экономических соображения для продления контакта с читателем, или из идеологических для лишения его всесторонности представляемой информации. В открытом виде персонализация осуществляется на сайтах многих интернет-изданий с помощью использования плагинов социальных сетей, отображающих оценки и рекомендации материалов «френдами» пользователя, что привлекает к этим публикациям дополнительное внимание.

- *Конвергенция каналов доставки сообщений*: на каком бы сайте интернет-СМИ первоначально не появилось манипуляционное сообщение, оно может быть донесено до пользователя по различным каналам. При этом стоит учитывать, что «разносчиками» этих сообщений могут стать сами манипуляторы, другие пользователи, которым эта манипуляция выгодна, жертвы манипуляции и даже пользователи, борющиеся с обнаруженной ими манипуляцией. Поэтому, за исключением источника и конечного ретранслятора, от которого реципиент получил это сообщение, и которые могут внушать или не внушать доверие, путь распространения сообщения не так важен с точки зрения воздействия. Зато крайне значим контекст, в котором появилось упоминание или ссылка на манипуляционное сообщение, так как он предваряет само сообщение и задаёт вектор его интерпретации. К примеру, одна и та же ссылка на новость с предваряющим комментарием «Сколько можно врать?!» или «Наконец-то X принял меры! Теперь всё наладится» формируют принципиально разную установку адресата по отношению к содержанию сообщения онлайн-СМИ и оказывают соответствующее влияние на его восприятие.

- *Измеримость*: в вебе существуют различные программные инструменты для анализа статистики посещений (например, такие как Google Analytics или Яндекс. Метрика), позволяющие в реальном времени отслеживать популярность публикаций, изучить путь, по которому пришли читатели, узнать их социально-демографические характеристики, проследить их поведение на сайте и взаимодействие с контентом. Собранные таким образом данные позволяют, хотя и не без некоторой погрешности, выделять основные обобщенные портреты читателей и определять распространенные среди

целевых групп читателей взгляды, их интересы и потребности. Эта оперативно и бесплатно получаемая информация является именно тем, чего не хватало манипуляторам в печатных СМИ, которым для того, чтобы глубже понимать комплексный объект воздействия, выстраивать более эффективную бизнес-модель, точнее «нацеливать» манипуляции, аккуратнее и результативнее их проводить, приходилось проводить дорогостоящие исследования читательской аудитории.

Необходимо отметить, что способы воздействия, сопряженные с мультимедийностью, персонализацией и интерактивностью, хотя и используются для манипуляции в интернет-СМИ, не связаны с языковым воздействием. Приемы, использующие конвергенцию каналов доставки сообщений, выходят за рамки страниц сайта издания. Измеримость следует рассматривать, исключительно как способ изучения поведения адресатов и оценки продуктивности воздействия, который вкупе с другими приемами манипуляции содействует ее успешному завершению, но сам по себе никакого эффекта не оказывает. Поэтому, при изучении речевого воздействия текстов онлайн-изданий эти особенности коммуникации не учитывались.

Однако, с языковой манипуляцией тесно связан ряд других особенностей коммуникационной технологии, а именно, такие свойства «вещания» онлайн-СМИ, как:

- *Историчность, глобальность и непрерывность «вещания»:* к опубликованному в Сети однажды можно обратиться, когда угодно (такой модели функционирования придерживается подавляющее большинство сайтов российских интернет-изданий) – информация доступна в любой точки земного шара 24 часа в сутки и 7 дней в неделю. Это свойство обеспечивает «бессмертие» размещенной в онлайн-манипулятивной информации и позволяет манипулятору неоднократно адресоваться к ней в других материалах, что существенно продлевает срок её воздействия. Однако, в «бессмертии» текста есть и недостатки с точки зрения манипулятора. Читатели могут сами выбирать наиболее удобное время и место получения контента и имеют возможность перечитывать опубликованный текст столько раз, сколько сочтут нужным. Многократное перечитывание воздействующего материала может не только усилить его эффект за счет «метода Гейббельса», но и в результате

вдумчивого прочтения изоблечить манипулятивный замысел автора. Из вышеизложенного также следует, что жизненный цикл публикаций ежедневных газет, с которыми уместно сравнивать регулярно обновляющиеся интернет-издания, значительно короче, поэтому можно предположить, что и манипуляции в прессе могут быть менее «хирургически» точными и аккуратными.

- *Неограниченное потоковое наполнение*: ещё одно принципиальное отличие функционирования онлайн-СМИ от печатных заключается в потоковом наполнении по мере появления материала в противоположность строгому периодическому графику. А благодаря вмещающей любое количество информации безграничной полосе, в интернет-СМИ вместе с временными отсутствуют и пространственные ограничения. Это означает, что манипулирование может осуществляться в любое желаемое манипуляторами время и в ограниченном лишь волей редакции объеме.

Потоковая подача информации также играет роль «крючка» для аудитории. Так как неизвестно, когда поступят новые сообщения, читателям, лояльным определённым медиа, приходится либо периодически проверять, не появилась ли новая информация, заходя на сайт этого медиа, либо подписаться на его каналы инфодистрибуции. Для удобства читателя, повышения частоты контактов с ним, увеличения количества просмотров сайта и, соответственно, роста рекламных доходов издания многие онлайн-СМИ прибегают к конвергенции каналов распространения, используя RSS подписки, социальные сети и режэ блоги. Тем самым онлайн-медиа встраиваются в повседневную жизнь читателя, постоянно предоставляя ему информацию – ничто так не способствует успеху манипуляции, как продолжительность контакта.

- *Оперативность*: размещение и регулярное обновление информации на страницах Сети занимает секунды, подготовка материалов также значительно упростилась благодаря электронным средствам редактирования. При этом готовая информация попадает в доступ к читателям мгновенно, в отличие, от периодической прессы, в которой из-за издательского процесса контакт с читателем неизбежно отложен. Технологическая возможность сетевых медиа незамедлительно предоставлять информацию сделала оперативность одним из ключевых факторов в борьбе как за «однократного»

читателя, так и за его долгосрочную лояльность. Интернет-СМИ, опережающие конкурентов в скорости сообщения новостей, являются предпочтительными для аудитории, и, в соответствии с теорией «длинного хвоста», получают наибольшее количество просмотров этих оперативно размещённых материалов. Таким образом, образуется дилемма: проверить и опоздать, или не проверить, но опубликовать раньше других. Поэтому обратная сторона оперативности – недостоверность и искажение информации, которые также способствуют возможным манипуляциям информационным пространством. Так, например, популярный блогер drugoi (Р. Адагамов) опубликовал пост о том, что «один из подмосковных заводов» «приступил к производству трубувузел», а через два дня в другом посте рассказал, что это была утка для СМИ, и привёл более десятка ссылок на онлайн-издания, которые на неё «купились»<sup>1</sup>. Оперативность «выпуска» позволяет манипуляторам в онлайн-СМИ в любое время по мере необходимости осуществлять нужное информационное воздействие и реагировать на внешнюю информационную среду или «сопротивление» пользователей.

• *Гибкость текста*: в отличие от прессы технологическое устройство онлайн-изданий позволяет мгновенно редактировать уже опубликованные тексты: дописывать их по мере поступления новой информации, править или удалять ошибки в случае, если они вызвали недовольство общественности. Так, например, редакция сайта «Комсомольская правда» поменяла оскорбивший многих подзаголовков в материале журналистки У. Скойбеды, в котором она жалела о том, что «из предков сегодняшних либералов нацисты не наделали абажуров»<sup>2</sup>. Техническая возможность стереть опубликованное сообщение, с одной стороны, позволяет прервать дезинформирование аудитории, а с другой, наоборот, позволяет произвести информационный вброс, а потом, когда он начнёт распространяться, удалить

---

<sup>1</sup> Вузелу вам в уши [Электронный ресурс]. М., 2010. URL: <http://drugoi.livejournal.com/3290434.html> (дата обращения: 03.06.2015).

<sup>2</sup> «Комсомольская правда» удалила пассаж про абажуры из либералов // Интернет-издание Lenta.ru. – 15.05.2013. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://lenta.ru/news/2013/05/15/skoybeda/> (дата обращения: 21.06.2015).

исходное сообщение и отрицать причастность издания к «утке».

- *Параграфемическое направление*: Благодаря интерактивности взаимодействия с сайтом на уровне выбора материалов и различных динамичных, ярких или крупных элементов дизайна, сетевые СМИ имеют обширные возможности визуальной манипуляции вниманием аудитории. Цветовое или шрифтовое акцентирование информации, анимация текста при наведении, выделение гиперссылок и других зрительно воспринимаемых элементов сайта позволяют привлечь аудиторию к нужным сообщениям и (или) придать дополнительную значимость отдельным фразам в самом сообщении. Так, например, путём визуального выделения может имитироваться сенсационность сообщения, придаваться окраска чрезвычайности при её отсутствии, навязываться читателю маршрут перемещения по сайту.

- *Гипертекстовость*: выполняющий действия по команде текст, называемый гипертекстом, – центральное для онлайн-медиа понятие. Именно благодаря гипертексту, выступающему структурообразующим базисом любого интернет-СМИ, разрозненные веб-документы предстают целостной взаимосвязанной системой текстов называемой интернет-изданием. Но функции гипертекста не ограничиваются формированием нелинейной структуры взаимодействия с контентом на сайтах СМИ.

Гипертекст также обуславливает существование наиболее распространённой в современных онлайн-медиа рекламно-баннерной модели монетизации с оплатой по количеству показов. Если печатные издания зарабатывают на продаже рекламных мест в конкретном выпуске и/или продаже самого выпуска, то прибыль интернет-изданий напрямую зависит от количества просмотров страниц сайта, которое в свою очередь зависит от количества посетителей и глубины просмотра сайта читателями, то есть переходов по внутренним гиперссылкам. Поэтому интернет-СМИ прикладывают все возможные усилия для привлечения и удержания читательского интереса. Эту функцию, продления контакта аудитории с сайтом интернет-СМИ, выполняют гипертекстовые ссылки, которые связывают материалы издания между собой и за счёт этого продуцируют «клики» и, соответственно, «рубли».

Для повышения глубины просмотра на сайтах интернет-СМИ материалы зачастую соединяются в смысловые цепочки



и группируются по тегам или сюжетам, чтобы затем в сайдбаре или под открытой публикацией предлагать читателю близкие по теме заголовки, которые могут его заинтересовать. Такой подход также позволяет задействовать архивные материалы. Разумеется, для привлечения внимания читателя текст, в котором содержится гиперссылка, должен быть зазывающим, интригующим. В большинстве интернет-СМИ, связанные по теме с данной публикацией материалы анонсируются заголовками. Заголовок также играет основную после восприятия бренда издания роль в конкуренции за внимание читателей на сайтах новостных агрегаторов и в социальных медиа, которые являются двумя ключевыми источниками внешнего бесплатного трафика для сетевых СМИ. В связи с этим в онлайн-СМИ заголовок выполняет принципиально иную по сравнению с печатными изданиями задачу – возбудить интерес к подробностям статьи и побудить пользователя открыть содержащуюся в заголовке ссылку, для чего используются различные приемы и средства языкового воздействия.

В рамках самих текстов статей интернет-изданий гипертекстовые контекстуальные или тематические связи позволяют достичь глубины и высокого качества информации, заключающегося в ее полноте и достоверности, за счёт дополняющих и уточняющих её внешних и внутренних ссылок. При этом гипертекст содержит не только «голую» информацию, но и навязанный создателем гиперссылки выбор источников. Кроме того, гипертекстом обычно выделяются только ключевые слова, что, во-первых, способствует фокусировке внимания именно на них и акцентирует их значение. А, во-вторых, задаёт избирательность фрагментов, которые читателю предлагается проверить. Следовательно, в самом таком селективном принципе включения гиперссылок заложены широкие манипулятивные возможности.

Манипуляторы также могут использовать гипертекст для связи различных манипуляционных сообщений, для конструирования нужного маршрута перемещений адресата по сети, для имитации глубокого знания предмета, для проведения интертекстуальных связей данного текста с другими и мобилизации их воздействующего потенциала, для подтверждения отдельных элементов манипуляционного сообщения и создания



впечатления обоснованности и аргументированности позиции.

Кроме проанализированных выше технологически обусловленных особенностей функционирования интернет-СМИ, которые могут использоваться в манипулятивных целях, следует назвать еще одну важную для языкового манипулирования и специфическую по сравнению с прессой черту интернет-изданий, сопряженную с ситуацией выбора и социально-психологическими особенностями восприятия таких изданий. Эта черта заключается в том, что аудитории массовых популярных печатных СМИ нам представляются в общем существенно более стабильными и гомогенными по сравнению с подверженными спорадическим изменениям аудиториями аналогичных по коммуникационной политике и суммарным аудиторным показателям интернет-СМИ. Такое предположение основывается на том, что условный читатель может случайно наткнуться в интернете (например, в соц. сетях, блогах, на формах или новостных агрегаторах) на ссылку на статью незнакомого интернет-издания и перейти по ней со значительно большей вероятностью, чем случайно заплатить деньги за незнакомое печатное издание. Более того, в силу когнитивных искажений «иррационального усиления», инерции и «рационализации после покупки» люди склонны ретроспективно считать свои прошлые поступки более правильными, чем в момент, когда они совершались, больше ценить то, что досталось труднее, и убеждать себя в том, что покупка стоила потраченных денег. Тем более, что процесс выбора одного из товаров, который стоит денег (покупка печатного издания), очевидно, более сознателен по сравнению с финансово неограниченным по количеству попыток выбором из бесплатного (чтение онлайн-изданий). Следовательно, этот фактор также свидетельствует в пользу того, что в среднем лояльность читателей печатных изданий к ним выше, чем лояльность читателей к онлайн-СМИ.

Если высказанные допущения верны, то вследствие, меньшей гомогенности аудиторий интернет-СМИ, большей доли аудитории и меньшей лояльности к ним читателей, в сравнении с аналогичными по коммуникационной политике и суммарным аудиторным показателям печатными изданиями, манипуляторам в онлайн-изданиях необходимо использовать, с одной стороны, более универсальные, а, с другой, более аккуратные инструменты

манипулятивного воздействия, чтобы оно прошло эффективно и незаметно для представителей различных социальных групп.

Это значительно усложняет подбор речевых приемов и средств манипуляции. Более того, в силу значительной доли спорадически меняющейся аудитории, автор манипуляций в онлайн-медиа обладает меньшими знаниями о характеристиках аудитории воздействия, и что в данном случае наиболее важно, о ее информированности относительно затрагиваемых в манипулятивной публикации тем. При этом дополнительную трудность манипулятору создают широкие возможности проверки информации, которыми обладает сидящая за компьютерами аудитория. Поэтому прямая грубая ложь, которая может обернуться для СМИ обвинениями в нарушении этических или юридических норм, грозящих репутационными издержками, потерей доверия, сокращением читательской аудитории, ослаблением издания и как бизнеса, и как пропагандистского ресурса, и, в конечном счете, экономическим убытком, в текстах онлайн-изданий практически не встречается. Подобная непростая ситуация с динамическими изменяющейся аудиторией и наличием у нее инструментов для проверки фактов вынуждает авторов манипуляций в онлайн-СМИ прибегать к более тонким способам языкового манипулирования.

Таким образом, интернет-СМИ, включив в себя весь спектр возможностей языковой манипуляции, присущих прессе, также приобрели ряд новых имеющих манипулятивный потенциал характеристик, обусловленных технологическим процессом издания онлайн-медиа и коммуникационной средой. Однако, сложившаяся в этой среде конъюнктура накладывает ограничения на использование ряда грубых приемов воздействия. Особенно важно подчеркнуть, что сетевые СМИ в отличие от прессы могут использовать языковые манипулятивные приёмы не только для формирования представлений, отношений, стереотипов и установок индивида, но и для привлечения новых читателей, повышения лояльности действующих, увеличения количества просмотров сайта, то есть для извлечения непосредственной экономической выгоды в результате реакции читателя, практически мгновенно следующей за речевым воздействием отдельных сообщений публикации – перехода на страницу статьи по интригующему гипертекстовому заголовку.

## ГЛАВА II.

### Роль средств массовой информации в освещении значимых геополитических событий

Современное общество можно охарактеризовать как общество, существующее в рамках непрерывных процессов глобализации, расширения границ информационного пространства и процесса медиатизации политики. Вмешательство СМИ в политику приводит к снижению количества закрытой информации о принятии политических решений, в том числе с помощью политических переговоров. Систематическое получение сведений аудитории о том, что обсуждается на межгосударственных встречах, формирует картину мира, которая определяет отношение к ряду государств, а, следовательно, и их аргументам, высказанным в ходе переговоров.<sup>1</sup> И это, действительно, так.

По нашему мнению, последние события во внешней политике (вхождение Крыма в состав России, политический кризис и сепаратизм на Украине, попытки евроинтеграции постсоветского пространства, «холодное противостояние» России и США) сыграли существенное значение в позиционировании России на международной арене в «позитивном» (отечественные СМИ) и «негативном» (западные СМИ) свете. Как, например, отмечает учёный О. Яхно: «В западных СМИ вновь актуализировался образ России как гегемона и захватчика. Действия России сравнивались с вторжением СССР в Афганистан, Венгрию и Чехословакию»<sup>2</sup>. Что является непосредственным фреймированием политической конфликтности СМИ в современном мире.

Несмотря на все ускоряющиеся процессы усиления взаимосвязи

---

<sup>1</sup>Идаятов А.К. Медиакратия и её роль в урегулировании политических конфликтов (на примере российско-грузинского конфликта 2008 г.): автореферат дис. ... кандидата политических наук: 23.00.02. [Место защиты: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»].- Москва, 2014. С.4.

<sup>2</sup> Яхно О. Уроки грузино-осетинского конфликта для России [Электронный ресурс]. URL: [http://dialogs.org.ua/issue\\_full.php?m\\_id=13509](http://dialogs.org.ua/issue_full.php?m_id=13509) (дата обращения: 18.06.2015).

и взаимозависимости политики, экономики, социальной, духовной и других сфер общественной жизни, своеобразным парадоксом современности является рост плюрализма, прежде всего культурно-информационного. «Глокализация» и «фрагментативность» общественного развития в планетарных масштабах рожают противоречивые цели и задачи как государственной, так и мировой политики<sup>1</sup>, а также позволяют трактовать мировые политические процессы с учётом собственных национальных интересов и приоритетов, вплоть до полной конфронтации иных позиций и мнений. Что мы собственно и наблюдаем сегодня.

СМИ в силу своих возможностей и компетенций, особенно в конфликтные периоды, выполняют посредническую функцию в обществе, информируя его о последних геополитических катаклизмах и катастрофах, составляя и проецируя хронологию событий. С помощью СМИ становится возможным доведение до массового сознания определённых сведений, публичное изложение и обсуждение наболевших проблем. Именно посредством деятельности СМИ одни государства объявляются «героями-освободителями», другие – «захватчиками» или «сепаратистами»<sup>2</sup>.

Трансграничный информационный обмен меняет качество средств массовой информации, превращая их, с одной стороны, в фактор геополитической интеграции, с другой – в инструмент геополитической конкуренции и стратегический ресурс информационно-психологического воздействия на большие массы людей. Крупные процветающие поставщики новостей усиливают дисбаланс в информационной сфере. В геополитической сфере различными политическими акторами используются фреймы, «информационные поводы» как способы легитимации внешнего,

---

<sup>1</sup> Петров В.В. Общенациональные и региональные бренды как инструмент политики формирования позитивного имиджа современной России: автореферат дис. ... кандидата политических наук: 23.00.02. [Место защиты: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет путей сообщения»]. – Москва, 2014. С.3.

<sup>2</sup> Сулейманов А.Р. Национальная идея как атрибут государственности: политический миф или реальность. Вестник Башкирского института социальных технологий. 2013. № 5 (21). С. 115–118.

в том числе, вооруженного вмешательства в дела суверенных государств. В свою очередь в новом информационном пространстве у человечества появляется новая мобильность, возможность для развития различных внешнеполитических инициатив и быстрого внедрения новых идей в практику политики.

В силу информационно-технологических особенностей СМИ способны не только информировать общественность, но и быстро мобилизовать людей на определенные действия или провоцировать на бездействие. По всему миру создаются добровольные ассоциации, претендующие на участие в процессах принятия геополитических решений и распределении ресурсов. Эти объединения широко распространены в сетях, создающих новые формы социального пространства. С помощью социальных сетей отрабатываются различные формы «электронного» гражданского неповиновения<sup>1</sup>.

В периоды геополитических трансформаций возникают tactical media (тактические СМИ) – низкобюджетные, низкотехнологичные средства информации и коммуникации, специально создаваемые для проведения оппозиционных кампаний, а также формирования сетей или акций в киберпространстве: пиратское радио или пиратское (кабельное и сетевое) ТВ, интернет-радио, интернет-кампании, видео-активизм, прочий технологичный самиздат<sup>2</sup>.

Новые, или социальные СМИ порождают такое явление, как мобилизационные технологии, роль которых значительно возрастает в условиях усложнения геополитических связей в связи с ростом динамизма политических процессов, когда повышаются требования к совершенствованию геополитического управления.

В последнее десятилетие на геополитическом пространстве активизировалась такая форма мобилизации, как протестное движение, инициированное «третьими силами». В 2011 г. в Египте, Тунисе, Ливии, Йемене вспыхнули гражданские восстания, в результате которых произошла смена режимов; в Алжире, Ираке, Иордании,

---

<sup>1</sup> Ильичева Ю.А. Политический текст как манипулирование общественным сознанием (на примере описания событий «бархатной революции» в Грузии) // Вестн. С.-Петерб. ун-та. 2013. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. Выпуск 4. – С. 172-185.

<sup>2</sup> Киреев О. Краткий глоссарий тактической медиа-критики, 2004. URL: <http://www.term.ru/dictionary/524/word/tactical-media-takticheskie-media>

Кувейте, Марокко и Омане зафиксированы крупные протестные выступления; в Ливане, Саудовской Аравии, Судане и Западной Сахаретакже прокатилась протестная волна, хотя и в ослабленном виде; в США и Испании наблюдались массовые беспорядки<sup>1</sup>. В 2013–2015 годы политический кризис на Украине породил новые конфликтные ситуации на международной арене: противостояние ДНР и Украины, «холодное противостояние» России и США и т.д.

Как отмечает исследователь И.А. Ильичева: «Особенно ярко это проявилось в противостоянии власти и граждан в Украине. С ноября 2013 г. не прекращаются постоянные протестные акции, вызванные отказом властей подписать соглашение об ассоциации с Евросоюзом. К февралю 2014 г. ситуация достигла своего пика, когда ни действующие власти, ни оппозиция, уже не могут управлять политическим процессом, поскольку наиболее агрессивно настроенная и энергетическая часть экстремистов-националистов завладела инициативой»<sup>2</sup>.

В эпоху информатизации геополитического пространства следует воспринимать геополитический процесс не только как противоборство, противостояние, столкновение, но и как публичное конкурентное взаимодействие двух или более сторон, направленное на приобретение новых властных полномочий, ресурсов и на распространение представлений сторон о политическом мире, как систему отношений партнеров с разной ориентацией на поиск путей решения проблем в сфере национальных отношений. Такой подход к интерпретации геополитической борьбы создает возможности для постепенного сокращения сфер применения силовых форм его устранения и для распространения в политике ненасильственных методов его урегулирования и разрешения с помощью средств массовой информации.

---

<sup>1</sup> Аминов И.Р. Этнополитические основания региональных конфликтов в современной России: теоретико-методологический аспект. Правовое государство: Теория и практика. 2013. Т. 2. № 32. С. 138-143.

<sup>2</sup> Ильичева Ю.А. «Цветная революция» как информационная технология // Медиатекст как предмет исследования: материалы межвузовской научно-практической конференции / под ред. М. Г. Боровик, Г. С. Мельник. – СПб: С.-Петербург. ин-т гуманитарного образования, 2014. – С.61-63.

Таким образом, само воздействие СМИ на политизацию геополитического процесса может быть конструктивным или деструктивным. Характер воздействия СМИ на политизацию национального и этнического взаимодействия зависит от того, какой официальной позиции придерживается то или иное СМИ. На формирование официальной позиции оказывают негативное влияние огосударствление и коммерциализация СМИ.

В переходный период развития общества, когда происходит смена одного типа его организации (политической системы) другим, конструктивным является воздействие СМИ на политизацию интеграционного проекта посредством национального единения страны:

а) в интересах трансформации политической системы, которая сохраняет черты ригидной политической системы и в которой не налажено тесное взаимодействие между различными социально-политическими группами;

б) в интересах формирования плюралистической структуры информационного пространства, в котором специфика информационных, политических программ зависит главным образом от общественного спроса<sup>1</sup>.

Деструктивная официальная позиция ориентирована на провоцирование геополитических конфликтов ради продвижения интересов учредителя или субъекта геополитики, которые, как правило, противоречат интересам общества. СМИ, выражающие деструктивную журналистскую позицию, часто используют ложь и полуправду. Довольно значительны возможности информационной оппозиции, основанной на противостоянии СМИ и власти. Однако постоянная информационная оппозиция власти может иметь и деструктивный характер.

Как отмечает исследователь В.А. Евдокимов: «СМИ на практике замещает субъекты, не обладающие информационными ресурсами, выполняя функции, которые, как правило, реализуют другие социальные институты и субъекты – политические партии, группы интересов и т.д. Таким образом, происходит смешение функций различных субъектов политического процесса. С другой стороны,

---

<sup>1</sup> Евдокимов В.А. Политизация социального конфликта в средствах массовой информации: монография. Омск: Изд-во Омского гуманитарного института. 2007. 185 с.

СМИ исполняют роль «защитного клапана» для отвода агрессивных эмоций от властных структур, предлагают гражданам замещающие объекты и не выполняют в полной мере социальную функцию объективного информирования общества с целью формирования общественного диалога»<sup>1</sup>.

Вместе с тем, в условиях информационного общества возникает новая проблема – обострение отношений «старых» и «новых» СМИ сегодня обретают новые очертания. Зачастую именно за государством остается выбор, включаться ли в глобальное информационное пространство и активно сотрудничать с международными организациями, в определенной степени ограничивая свой суверенитет, либо создать железный (или бархатный) занавес в целях информационной самоизоляции<sup>2</sup>.

В условиях геополитического конфликта принимает участие большая группа лиц, в которую входят заказчики переворотов, исполнители и простые люди, создающие массовость мероприятия. При осуществлении геополитического конфликта мобилизации подвергается целый народ, с чем связано применение технологий этнонационализма и демотехники, которые предполагают демонтаж народов, разрыв исторических, культурных и прочих связей. Необходимым условием геополитических конфликтов в современных информационных реалиях является и участие в них СМИ и сети Интернет.

Материалы в Интернете, как правило, носят манипулятивный характер и отличаются невысоким уровнем качества. Информация, которая предлагается со ссылкой на неизвестный источник, не опирается на факты, серьезные статистические данные, а представляет собой предположения автора публикации. Использование этих приемов выгодно для оппозиции с двух точек зрения, во-первых, такие тексты менее критично воспринимаются, поэтому

---

<sup>1</sup> Евдокимов В.А. Политизация социального конфликта в средствах массовой информации: монография. Омск: Изд-во Омского гуманитарного института. 2007. 185 с.

<sup>2</sup> Виноградова С.М., Мельник Г. С. Государство в современной информационно-политической системе (из опыта российских массмедиа) // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2007. Вып. 4 (Ч. I). С. 115 -131.



с помощью них легче манипулировать сознанием читателя, а, во-вторых, таким образом журналисты пытаются снять с себя этическую и юридическую ответственность за распространение негативных сведений об объекте дискредитации. И результатом становится уязвимость незрелого гражданского общества перед мобилизационными технологиями, чем и пользуется оппозиция. Это достигается путем использования мобилизационных технологий как в традиционных СМИ, так и в социальных сетях. Возможности Интернета способствуют более оперативному распространению информации, и как следствие – организации и координации протестных действий. На этом фоне особенно актуальным становится вопрос медиабезопасности, под которой понимается сбалансированность интересов личности, общества и государства в информационном процессе. Результатом применения агрессивных мобилизационных технологий становится уязвимость незрелого гражданского общества перед ними, чем и пользуется оппозиция. Жители региона не могут самостоятельно противостоять негативным информационным воздействиям со стороны журналистов, допускающих безответственное поведение в информационном пространстве, приводящее к резкому снижению его качества, а также доверия к институту средств массовой информации в целом<sup>1</sup>.

Действительно, национально-территориальная безопасность Российской Федерации успешно обеспечивается лишь при повышении устойчивости страны к внешним и внутренним кризисным явлениям, в том числе включает в себя и медиабезопасность. В современных условиях невозможно обеспечить национально-территориальную безопасность государства без адаптации к информационным вызовам современности. И этот момент должен быть учтён при модернизации стратегии обеспечения национальной безопасности России<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ильичева Ю.А. Политический текст как манипулирование общественным сознанием (на примере описания событий «бархатной революции» в Грузии) // Вестн. С.-Петерб. ун-та. 2013. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. Выпуск 4. – С. 172-185.

<sup>2</sup> Аминов И.Р., Сулейманов А.Р. Институционализация национальной безопасности в истории России: внешние и внутренние угрозы. Правовое государство: Теория и практика. 2014. Т. 2. № 36. С. 111-115.

По – сути, любой геополитический процесс в интерпретации СМИ носит, и, наверное, должен носить, прежде всего общенациональный и общегосударственный аспект, т.е. сопоставляться с конкретными национальными интересами страны. Вместе с тем, возникает реальная проблема объективного восприятия геополитического процесса социумом. Что приводит к геополитическому разночтению сложившейся ситуации в мире, когда национальные интересы становятся выше консенсуальных.

Далее хотелось бы перейти к практической части исследования и продемонстрировать особенности информационного освещения западными СМИ, значимых геополитических событий (на примере украинского политического кризиса).

Зарубежные СМИ сегодня обвиняют Россию в аннексии территории полуострова Крым и поддержке вооружённого конфликта на Востоке Украины<sup>1</sup>.

Рассмотрим различные виды языковых знаков, используемых в политическом дискурсе зарубежными СМИ в рамках данной темы с целью формирования определённого фрейма в картине мира реципиента. При этом мы будем опираться на классификацию вербальных знаков, предложенную А.В. Оляничем<sup>2</sup>.

Анализ языкового материала позволил нам выделить в текстах указанной тематики несколько групп знаков, а именно: знаки-персоналии, знаки-процессивы, знаки-классификаторы, знаки-инструментативы.

Знаки-персоналии обозначают украинских, сепаратистских, российских и западных участников описываемых событий (например, *Ukrainian servicemen, the unrecognized separatist mini-states, pro-Russia rebels, Ukraine's Western allies* и др.). Они обладают ярко выраженной стилистической и эмоциональной окраской. Так, регулярная армия Украины представлена англоязычными СМИ как сила, имеющая все законные основания бороться с восставшими против центральной киевской власти, что обуславливает использование знаков, приближенных к официально-деловому функциональному стилю:

---

<sup>1</sup> Могучева А.Б., Склярова Н.Г. Освещение вооруженного конфликта на Украине англоязычными СМИ: семиотический аспект // <http://www.scienceforum.ru/2015/1237/14324/>

<sup>2</sup> Олянич А.В. Презентационная теория дискурса. Волгоград, 2004. С.85.

– Ukrainian servicemen on Wednesday buried 54 government fighters who were killed in Ilovaysk (A.E. Kramer, Rebels in Eastern Ukraine of Reviving Soviet Heyday, The NY Times, 2014, Oct. 4).

Противоборствующие регулярной армии Украины силы самопровозглашенных Донецкой и Луганской Народных Республик представлены читателю мятежными сепаратистскими формированиями, которые не осознают реального положения вещей, живут мечтами о советском прошлом.

– The unrecognized separatist mini-states in eastern Ukraine, the Donetsk and Luhansk People’s Republics, were rescued from a near-death experience last month... (A.E. Kramer, Rebels in Eastern Ukraine of Reviving Soviet Heyday, The NY Times, 2014, Oct. 4).

В следующем примере знак-персоналия свидетельствует о том, что среди ополчения преобладают пророссийские настроения, отсюда следует, что соседствующая с Украиной Российская Федерация имплицитно противопоставляется ей в контексте данного дискурса:

– Pro-Russia rebels attempted to seize a key airport in eastern Ukraine on Friday despite fierce resistance from government forces (Associated Press, Pro-Russia rebels attempt to seize Donetsk airport in Ukraine, The Guardian, 2014, Oct.).

Образ стран Запада в англоязычных СМИ имеет позитивный характер. При помощи знака-персоналии подчеркивается дружественный настрой государств Западной Европы, способствующих нивелированию конфликта, выступающих за мирное его урегулирование, соответствующее законодательству Украины:

– Ukraine’s Western allies accuse Russia of sending in troops and armour to help the rebels (P. Laurence, Why is Ukraine at war? BBC News, 2014, Sept. 16).

Другие используемые журналистами знаки подкрепляют образы, ядром которых выступают знаки-персоналии. Действия, предпринимаемые участниками конфликта, их поведение, соответствующее или, напротив, несоответствующее их статусному положению и т.п. дополняют представление об участниках данного дискурса и определяют их роли.

Знаки-процессивы, непосредственно описывающие действия и поступки участников конфликта, заслуживают особого внимания. Они наиболее явно выражают позицию автора по отношению

к некоторому событию, деятельности сторон конфликта и т.д. Образ России как страны-агрессора подчеркивается использованием знаков, которые не оставляют у читателя сомнений в однозначности оценки автора:

– NATO and the EU accuse Russia of bullying Ukraine and say such tactics are unacceptable (P. Laurence, Why is Ukraine at war? BBC News, 2014, Sept. 16).

Даже в рамках одного предложения можно встретить синтаксически противопоставленные конструкции, усиливающие эффект, вызванный приёмами вариативной интерпретации действительности. Фактически аналогичные действия, предпринятые разными участниками ситуации, получают диаметрально противоположную оценку аналитика благодаря выбору соответствующих знаков-процессивов:

– For years the EU has been developing closer ties with Ukraine, yet Russia has been urging Ukraine to join its customs union with some other ex-Soviet countries (P. Laurence, Why is Ukraine at war? BBC News, 2014, Sept. 16).

В двух последующих примерах процессивы содержат имплицитную оценку действий участников событий. Автор публикации не только косвенно выражает собственное мнение, но и одновременно формирует аналогичное отношение читателя к происходящему. Силы регулярной армии Украины как представители легитимной стороны конфликта не просто занимают территорию аэропорта, но твёрдо держатся за свои позиции, поскольку считают, что только они имеют право на это. Описывая же действия противоположной стороны, автор статьи говорит о попытке захвата здания аэропорта, хотя представители ополчения называли это вынужденной мерой, необходимой для вытеснения отрядов регулярной армии с территории Донецка для прекращения перестрелок в черте города:

– He (Ukraine's national security and defence council spokesman Col Andriy Lysenko) said Ukrainian forces at the airport had undergone rotation and firmly stood their ground (Associated Press, Pro-Russia rebels attempt to seize Donetsk airport in Ukraine, The Guardian, 2014, Oct.).

– Pro-Russia rebels attempted to seize a key airport in eastern Ukraine on Friday despite fierce resistance from government forces (Associated

Press, Pro-Russia rebels attempt to seize Donetsk airport in Ukraine, The Guardian, 2014, Oct.).

Иногда авторы используют пассивизацию, с одной стороны, для того, чтобы показать безвыходность положения страны, охваченной политическим кризисом, с другой стороны, такой приём позволяет подать информацию о третьих сторонах конфликта таким образом, чтобы она не закрепилась в сознании читателя. Следующий пример является одним из редких случаев, когда Россия и страны Запада выставляются истинными виновниками конфликта на Украине, однако эта идея завуалирована метонимическим переносом (East и West вместо конкретных наименований). Данный факт объясняется стремлением журналистов к беспристрастности в освещении событий, чтобы их не обвинили в предвзятости, в то же время подобное формулирование проблемы не акцентирует внимания на ее сути:

– Ukraine is on a geopolitical fault line – torn between east and west, its internal tensions were not resolved after the USSR’s collapse in 1991 (L. Peter, Why is Ukraine at war? BBC News, 2014, Sept. 16).

Знаки-классификаторы довольно часто используются авторами статей англоязычных СМИ для характеристики поведения участников событий и отнесения каждого из них к определённой группе, в данном случае согласно их поведенческим характеристикам. Использование подобных знаков в качестве номинативов обусловлено желанием политического обозревателя уйти от прямых обвинений, он как бы констатирует общепринятый факт, тем самым снимая лично с себя ответственность за свои слова. В следующем примере автор относит сторонников ополчения ЛНР и ДНР к людям, не видящим современных тенденций политического развития, жаждущих возвращения советского режима власти, который негативно оценивается всем Западным миром.

– Such Soviet nostalgia may seem farcical to Westerners, yet where it has been institutionalized in these pro-Russian enclaves, it has been well received by the citizenry (A.E. Kramer, Rebels in Eastern Ukraine of Reviving Soviet Heyday, The NY Times, 2014, Oct. 4).

Поведение современной России в данном конфликте оцениваются вполне однозначно. Поскольку присутствие частей регулярной армии Российской Федерации на территории Украины Москва полностью отрицает, основанием для обвинения в интервенции

служит большое число представителей ополчения, говорящих на русском языке. Отсутствие прямых доказательств нахождения российских частей на территории Украины не мешает авторам текстов СМИ относить Россию к агрессивной стороне конфликта, используя соответствующие знаки:

– The unrecognized separatist mini-states in eastern Ukraine, the Donetsk and Luhansk People’s Republics, were rescued from a near-death experience last month, when a Russian military incursion routed the Ukrainian Army as it appeared close to completing a campaign to wipe the rebels out (A.E. Kramer, Rebels in Eastern Ukraine of Reviving Soviet Heyday, The NY Times, 2014, Oct. 4).

Знаки-инструментативы (troops, sophisticated military hardware, non-lethal military equipment) отражают контрастность представления в англоязычных СМИ третьей стороны конфликта. Учитывая тот факт, что официальных заявлений о поставках оружия со стороны России не поступало, она активно обвиняется в снабжении ополчения Донецка и Луганска вооружением, в том числе тяжелой техникой, тогда как США, обвиняющие Россию в интервенции, подтверждают поставки несмертельного военного оборудования для регулярной армии:

– The Kremlin has repeatedly denied allegations by the government in Kiev and the West that it is supplying troops and sophisticated military hardware to the rebels. / The US says it is supplying Ukraine with non-lethal military equipment, including radios, vehicles and «non-lethal individual tactical gear.» (P. Laurence, Why is Ukraine at war? BBC News, 2014, Sept. 16).

Народное ополчение самопровозглашенных Донецкой и Луганской Народных Республик характеризуется англоязычными СМИ не только как группа не смыслящих в современной политике людей, не приемлющая решения киевской власти, но и как группа вандалов неспособных к гуманности. Данный эффект достигается при помощи знаков-инструментативов art in the gallery, outdoor installation of mirrors, room with children’s art hanging on the walls, помещенных в соответствующий контекст:

– To clear space for the prison, fighters with the Donetsk People’s Republic smashed art in the gallery, including a large outdoor installation of mirrors that they found objectionable (A.E. Kramer, Rebels in Eastern Ukraine of Reviving Soviet Heyday, The NY Times, 2014, Oct. 4).

– «It was absolutely terrible», he said in a recent interview. He said he was subjected to mock executions and questioned in a room with children's art hanging on the walls (A.E. Kramer, Rebels in Eastern Ukraine of Reviving Soviet Heyday, The NY Times, 2014, Oct. 4).

Именно использование большого количества разнообразных вербальных знаков и фреймов способствует формированию у реципиента определённого, намерено заложенного автором текста представления о фрагменте картины мира, интерпретировать который можно с разных сторон. Сегодня расстановка сил на мировой политической арене складывается таким образом, что коммуникация мировых стран-лидеров не всегда протекает в русле взаимоуважения, что соответственно отражается и на высказываниях сторон в адрес друг друга – именно это и является причиной агрессивного прагматического характера некоторых политических комментариев

Таким образом можно отметить, что односторонняя информационная трансляция западными СМИ не способствует урегулированию политического конфликта на Украине. А наоборот приводит к его эскалации.

Президент Российской Федерации В.В. Путин в ходе интервью первому каналу немецкого общественно – правового телевидения ARD отметил: «Самое важное заключается в том, что нельзя смотреть на проблему с одной стороны. Сегодня на востоке Украины идут боевые действия, украинское правительство задействовало войска. Используются даже ракетные снаряды, но разве об этом упоминают? Ни слова. Это означает, что вы хотите, чтобы украинское правительство там всех уничтожило, всех политических противников и оппонентов. Вы этого хотите? Мы не хотим. И мы не допустим этого»<sup>1</sup>. И к этим слова зарубежным СМИ следует прислушаться.

А что касается информационного освещения украинского кризиса отечественными СМИ, то они ярко продемонстрированы в выступлениях Министра иностранных дел России

---

<sup>1</sup> Владимир Путин призвал СМИ отказаться от одностороннего освещения конфликта на Украине [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/politika/1574638> (дата обращения: 18.06.2016).



С. Лаврова. Так С. Лавров в одном из своих выступлений отметил:

«Мы не употребляли какие-либо термины – они могут быть самыми разными: это может быть федерация, в которой учтены права субъектов, может – формально унитарное государство, где власть настолько децентрализована, что иной федерации завидно будет. Повторю, мы исходим из того, что главная концептуальная основа сегодняшней встречи заключалась в том, что все участники приехали с пониманием необходимости послать сигнал всем украинским сторонам, что на них лежит ответственность за выход из нынешнего кризиса. Если они сядут и договорятся о количестве полномочий, которые будут оставлены регионам и которые будут переданы Центру, о том, как каждый регион может защитить свою культуру, историю и язык, как на территории каждого региона могут быть обеспечены равные права для меньшинств, тогда Украина будет сильным государством, которое мы все хотим видеть, будет тем связующим звеном, мостом между Западом и Востоком, который поможет существенно оздоровить атмосферу во всей Евро-Атлантике на основе уважения законных интересов всех расположенных в этом регионе государств... Теперь дело за киевскими властями, которые должны обеспечить инклюзивный, транспарентный и подотчетный конституционный процесс».

Таким образом, современная медийная позиция России в отношении украинского кризиса выглядит следующим образом. С момента обострения конфликта Москва выступала за сохранение территориальной целостности Украины и предоставление её регионам широкой автономии. С началом реализации плана насильственного уничтожения русскоязычного населения в стране она не отрицала возможность трансформационных изменений территориального устройства Украины, однако при условии полного волеизъявления её жителей.

Как отмечает исследователь И.А. Антонова: «Эволюция внешнеполитической концепции России связана, в первую очередь с меняющимися внешними условиями, мирополитическими трендами и текущими внутристрановыми процессами. Такие события, как появление новой стратегической концепции НАТО, заявления о расширении Альянса на Восток, попытки США способствовать формированию однополярного мироустройства, проведение



«гуманитарных интервенций» в обход Совета Безопасности и другие, достаточно быстро находили резонанс в позициях Москвы по ключевым мирополитическим вопросам. Кроме того, эволюция внешней политики России отражает процесс поисков ею места на мировой арене и в глобальном силовом поле»<sup>1</sup>.

Так к моменту проведения референдума на Крымском полуострове позиция России заключалась в защите русскоязычного населения данного региона (которое преобладало в регионе), поскольку не были гарантированы их права и безопасность. Ввиду женевских переговоров по урегулированию этнополитического конфликта на востоке Украины о нормализации отношений между Киевом и Востоком страны Москва дала понять, что поддержит любое решение Киева, но при этом не будет его продвигать. В то же время Россия нейтрально относится к новоизбранной власти в Новороссии.

Если тезисно сформулировать позиции России по украинской проблематике, освещаемые в отечественных СМИ, то они выглядят следующим образом:

– Во-первых, большинство практических действий Москвы являются ответом на реалии мировой политики и вызовы со стороны Запада, как правило, отрицательно реагирующего на предложения России.

– Во-вторых, для Кремля характерно периодическое использование влияния на региональном и глобальных уровнях в целях реализации российских национальных интересов.

– В-третьих, политика Москвы в украинском урегулировании не агрессивна, проявляется лишь жесткость позиции.

– В-четвертых, если до этого направлениям для практических действий России характерна комплексность и определенная усложненность ввиду сохранения баланса между Европой и США как особо важных для неё партнеров, то украинскому вектору российской внешней политики временами присуща решительность и даже некоторая целенаправленность.

---

<sup>1</sup> Антонова И.А. Интересы ведущих держав мира в регионе Восточного Средиземноморья: фактор конфликта на Кипре / Актуальные проблемы мировой политики в XXI веке. Выпуск 5. Под ред. В.С.Ягья, М.Л.Лагутиной. – СПб.: СПбГУ, 2011. – с.135-144.

– В-пятых, именно украинский вектор и ситуация на её востоке в целом способствовали изменениям во внешнеполитической доктрине Москвы, вследствие чего проявился большой интерес и возросла ее роль также и в азиатском направлении.

– В-шестых, особенностью российской политики является периодическое применение ею весьма неожиданных методов, которые можно рассматривать в качестве альтернативы применению силы в целях отстаивания жесткой внешнеполитической позиции.

А что получает Россия в итоге от подобной «сдержанной» информационной политики? Только лишь очередные санкции в свой адрес, которые как «тени» нависли над российским банковским сектором, энергетикой и «оборонкой» – этим можно резюмировать информационную аргументацию российских СМИ по Украине.

## ГЛАВА III.

### Информационный имидж евразийской интеграции в восприятии постсоветской молодёжью

Евразийская интеграция является важнейшим элементом современного витка информационного пространства. В отечественных СМИ её образ представлен синтезом взаимодействия глобализации и регионализации, позволяющим эффективно использовать новые возможности интеграционной кооперации, экономического и межкультурного взаимодействия, а также обеспечивать стабильность и устойчивое развитие с учетом новых вызовов и угроз. Само же понимание интеграции связывают с описанием состояния: целый, единый, нераздельный, связанность, связь; а также процесса: объединение, связывание, сближение, сотрудничество, единение.

Восприятие молодёжью столь масштабного и информационно – насыщенного процесса как «евразийская интеграция» является сложной, но в тоже время важной проблемой современности. Сложность заключается не только в привлечении геополитических, экономических, исторических, культурных и идеологических феноменов интерпретации, но и в деликатности получаемых данных.

Исследователи Ж.С. Сафронова и Т.В. Степанова по этому поводу пишут: «Как показывает практика, межнациональное (межгосударственное) восприятие людей зависит от многих переменных, от ситуации в том числе. Пожалуй, специфика конкретной ситуации, сложившаяся в определенный момент времени в регионе, области, городе, зависящая от пропаганды в средствах массовой информации и общественного резонанса имеет решающее значение в характеристике интеграционного восприятия»<sup>1</sup>.

Личность воспринимающего человека будет в той или иной мере зависима от сложившейся в социуме геополитической ситуации. Опираясь на труды А.А. Бодалева, мы сформулировали понятие евразийского восприятия, как обобщенного субъективного знания о интеграционных особенностях государств постсоветского

---

<sup>1</sup> Сафронова Ж.С., Степанова Т.В. Социально-психологические особенности межнационального восприятия молодежи в условиях современного многонационального общества // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. № 3(13)2013. С.134.

региона, сложившегося в результате геополитической, исторической и цивилизационной практики и усвоенного воспринимающим субъектом.

При этом стоит помнить, что молодёжное восприятие любой информации имеет свои особенности.

Первая особенность молодёжного сознания в том, что оно гибкое, лабильное. Значит, восприятие информации и его последствия далеко не всегда предсказуемы. Лабильное сознание, как правило, избавлено от каких-то устойчивых представлений о ценностях морали, этики, нравственности. Это открытая система, где возможно всё, соответственно, реакция может быть довольно бурной в зависимости от яркости представляемого образа.

Вторая особенность – склонность к крайностям. В поведении, оценках, отражении реальности. Это способно проявляться на уровне тотального отрицания всего, что предлагают молодому человеку. Он не воспринимает поступающую информацию только потому, что срабатывает стихийный нонконформизм: «я с вами не соглашусь лишь на том основании, что я не соглашусь с вами никогда»<sup>1</sup>, или наоборот примет все на ура и доведет до гипертрофированных форм, буквально до фанатизма.

Таким образом информация может быть истолкована по-разному, и в зависимости от этого привести либо к активности (как с отрицательным, так и с положительным знаком), либо к мысли о том, что такую активность проявлять не нужно.

С возрастом интеграционное восприятие становится более стереотипным и позволяет человеку ориентироваться в межгосударственных с разной долей успешности. Известно, что первые евразийские стереотипы человек познает в семье. Семейное воспитание не всегда является окончательным и в процессе жизнедеятельности люди могут корректировать или даже изменять свои евразийские стереотипы. Так периодически возникают широко обсуждаемые в обществе темы «гастрабайтеры», «мигрантофобия» и т.п., современем теряя свою популярность, меняется отношение к межинтеграционным проблемам, но отдельные люди принимают

---

<sup>1</sup> На каком языке говорить с молодежью // [http://www.dv-reclama.ru/others/interview/10334/potrebiteľskie\\_predpochteniya\\_molodezhi\\_osobennosti\\_tselevoy\\_auditorii\\_molodezhnoy\\_vozrastnoy\\_gruppy](http://www.dv-reclama.ru/others/interview/10334/potrebiteľskie_predpochteniya_molodezhi_osobennosti_tselevoy_auditorii_molodezhnoy_vozrastnoy_gruppy) (дата обращения: 16.06.15)

удобные для своего восприятия стереотипы и руководствуются ими в дальнейшем, передавая свой опыт социальным группам, молодежи в том числе.

В истории известно немало случаев, когда харизматичные личности успешно передавали свою отрицательную модель межинтеграционного восприятия молодежи, которая в силу нехватки социального опыта и личностных характеристик перенимала эту модель без критического осмысления последствий. Достаточно вспомнить Германию накануне Второй мировой войны и ее лидера, который успешно внушал идеи «расовой чистоты» и превосходства арийской «высшей расы», и главной мишенью подобной пропаганды была молодежь. К сожалению, мы хорошо помним и то, что это привело к массовому истреблению представителей отдельных наций.

Задача современного поликультурного и полицентричного общества в лице соответствующих социальных институтов (образовательных, воспитательных, просветительских) предотвращать формирование негативного восприятия интеграционных проектов у молодого поколения (будь то европейских или евразийских).

При изучении молодёжного восприятия евразийских интеграционных проектов нужно внести ещё одну ясность в категориях. Необходимо провести различие между понятиями «имидж» и «образ», поскольку первое – это искусственно созданный конструкт, а второе – стихийно сформированный<sup>1</sup>.

Геополитический имидж евразийского проекта играет важнейшую роль в сфере международных отношений: от того, является ли он позитивным или негативным, зависит успешность или трудности проведения внешней политики стран, развитие торгово-экономических отношений.

Поэтому имидж должен корректироваться с учетом самой евразийской аудитории, поэтому задача его формирования требует включения нескольких этапов реализации: проведение мониторинг восприятия объекта (евразийской интеграции), как на уровне международного сообщества, так и на уровне отдельных стран,

---

<sup>1</sup> Глинская И.Ю. Глобальные информационные процессы и имидж России / Ученые записки РАГС. Вып.2. - М.: Изд-во РАГС, 2008. С.48.

и даже отдельных мировых лидеров. Это требует изучения особенностей исторического развития евразийской интеграции, цивилизационного менталитета евразийских народов, особенностей имиджевой политики государств – членов евразийских проектов, на которое воздействует имидж и пр.

Евразийская интеграция – проект особого развития, который определяется, прежде всего, его духовным и цивилизационным состоянием, в отличие от европейских аналогов.

Стоит отметить, что в сознании постсоветской молодежи проявляются определенные ценностно-нормативные модели восприятия евразийской парадигмы – совокупность исторических представлений, идеального образа истории, которые выработаны не в процессе исторического познания, а являются производными от реальных поведенческих стратегий молодежи. При этом сам процесс формирования евразийского сознания молодежи происходит диалектично: с одной стороны под влиянием либеральной ценностно-нормативной модели, в которой существенную роль играют права и свободы личности; с другой советская история выявляет удивительное несовпадение с первым критерием.

Поэтому, как отмечают исследователи Л.Д. Столяренко и В.А. Фролов, для постсоветской молодёжи в истории показатели свобод и личности не являются главными оценочными критериями, то есть ориентация на либеральную модель недостаточно представлена среди молодежи<sup>1</sup>.

Типологически выявляется дифференцирующий потенциал эклектической, традиционалистской и либеральной моделей, который заключается в том, что постсоветская молодёжь по-разному расставляют приоритеты в оценках истории и современности евразийского бытия.

Традиционалисты оценивают евразийский проект с точки зрения силы или слабости государства, убеждены, что личная безопасность состоит не только в твердой власти, но и в том, чтобы власть стремилась к расширению возможностей участия молодежи в социальной самореализации. Эклектики подчеркивают

---

<sup>1</sup> Столяренко Л.Д., Фролов В.А. Историческое сознание российской молодежи: поиск жизненных ориентиров и институциональная композиция // Теория и практика общественного развития. № 11. 2013. С.81.

непрерывность ценности патриотизма на всех этапах евразийского развития. Либералы видят в евразийской интеграции новые экономические возможности и «старты» для государств.

При этом ценностно-нормативные модели молодежи подвижны, обнаруживают соответствующие перекосы в пользу свободной интерпретации, что можно квалифицировать как эклектизм, определение своей позиции отношения к евразийской интеграции вне зависимости от идейно-политических, нравственных интересов в пользу патриотизма, реализуя стремление к достижению консенсусной позиции, исключая конфликтность внутри молодого поколения.

Молодежь тяготеет к консенсусной позиции, которая включает единство различных сторон: даже симпатия к тому или иному историческому периоду не отменяет того факта, что молодежь находит и в любимой и близкой по духу евразийской схеме определенные недостатки и слабости.

Очевидно, что диалектичность молодёжного сознания в вопросе евразийской интеграции связана с неоднородностью самих процессов протекания. Сама же Евразия как феномен имеет вполне конкретное развитие и системную географию, но социальные факторы, определяющие динамику и направление таких процессов, отнюдь не однородный, если так можно выразиться, субстрат. У них, как у большинства объектов общественных наук, нет какой-то общей стабильной структуры, изменение которой поддавалось бы изучению «железобетонными» методами анализа.

Эти факторы настолько текучи, разнонаправлены, противоречивы, что их выявление и осмысление требует всего арсенала научных методов, привлечения новых методик и новых, нетрадиционных массивов количественных данных, равно как и систем их выявления, сбора и обработки.

Одной из таких методических новаций может стать не только изучение роли медиа в интеграционных процессах, но и статистический анализ конкретных результатов деятельности СМИ различных стран по сопровождению евразийских проектов.

Так Российским институтом стратегических исследований была проанализирована тональность публикационных материалов, посвящённых образованию Евразийского экономического Союза:

«Наибольшую активность в этом вопросе проявили СМИ

Белоруссии, опубликовав около 130 значимых материалов. Достаточно неожиданно, что для определенной (и весьма заметной) части прессы этой страны характерно стремление сформировать отрицательное отношение населения к экономической интеграции. При этом число позитивных публикаций весьма незначительно. Заметные объемы негатива генерируют медиа Армении, однако в этой республике отрицательный поток компенсируется мощной позитивной составляющей. В таких странах, как Казахстан и Киргизия, тема ЕАЭС, в основном, подается нейтрально, а интенсивность появления публикаций существенно ниже, чем в Армении и Белоруссии. Если обратиться к такому показателю, как отношение числа негативных материалов к числу нейтральных (это отношение эксперты-медиаологи называют индексом агрессивности (ИА) информационной среды), то лидером оказывается Армения. Здесь на одну нейтральную статью, связанную с сюжетом «Усилия РФ по формированию и расширению ЕАЭС», приходится больше, чем одна негативная статья. Среднее значение ИА равно 1,15, что вряд ли может считаться фактором торможения процессов евразийской интеграции. Причем набор негатива активизировался только во второй половине 2014 г., и в третьем и четвертом кварталах подскочил до 1,6 и 1,8. Это уже заметная величина. Но все это можно списать на ожидаемое противодействие оппозиции. Вместе с тем и индекс доброжелательности (отношение числа публикаций позитивной тональности к числу нейтральных) в Армении также высок. Интересно, что в 2013 г. картина освещения процесса движения к ЕАЭС по странам была совершенно другая. Тогда лидером и, как можно предположить, мотором интеграции был Казахстан. Впрочем, число публикаций по рассматриваемой теме было в 2013 году сравнительно небольшим (48 значимых публикаций). Основными источниками негатива по теме ЕАЭС за 2014 год оказались армянский портал Lragig.am и белорусский naviny.by. Они разместили по 22 негативных материала. Остальные СМИ опубликовали гораздо меньше статей негативной тональности»<sup>1</sup>.

Действительно сегодня научно – экспертным сообществом (политологами, культурологами, экономистами) вырабатываются

---

<sup>1</sup> Евразийская интеграция. Отражение в национальных СМИ // <http://riss.ru/smi/715> (дата обращения: 09.06.15).



стратегии позитивного позиционирования евразийской интеграции в общественном сознании.

Так по мнению учёного Э.Э. Полетаева, одной из главных проблем в знании и распространении качественной информации о ЕАЭС является малое количество действительно новой, значимой информации: «Меняются заголовки – тексты компилируются, а сознание потребителя информации уже избирательно реагирует на информационный вал. Только действительно качественный информационный продукт может оказать влияние на социальное поведение и быть использованным потребителем в повседневной жизни. Явной проблемой журналистики стран ЕАЭС является неравномерное вовлечение СМИ в процесс освещения евразийской интеграции. В этой связи очевидным резервом является привлечение региональных СМИ РК и РФ в процесс совместной информационной работы, налаживание прямых коммуникаций. При этом стоит задуматься о реализации прямого взаимодействия между казахстанскими и российскими региональными масс-медиа, например, между саратовскими и атыраускими журналистами... Говорить о ЕАЭС можно и нужно как об интеграционном объединении, работающем на основе справедливого распределения дохода от функционирования совместной экономики стран-участниц. Мы должны знать, что можем построить и построим альтернативный экономический проект»<sup>1</sup>.

Эксперт Фонда «Мастерская евразийских идей», политолог В.С. Лешуков считает, что ЕАЭС должен брать пример с евро-структур, которые не стесняются демонстрации своих успехов. Акцент следует делать на понятных людям явлениях, таких, как ускорившееся до 25 минут пересечение российско-казахстанской границы, возможность устроиться на работу в любой стране ЕАЭС с самыми выгодными условиями, взаимное признание дипломов, отмена руминга, снижение цен на продовольствие в связи с беспошлинным ввозом продовольствия в Россию из Белоруссии или Казахстана<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> На заседании ИАЦ «Евразия-Поволжье» обсудили роль СМИ в работе ЕАЭС // <http://saratov.bezformata.ru/listnews/rol-smi-v-rabote-eaes/29219428> (дата обращения: 28.05.15).

<sup>2</sup> На заседании ИАЦ «Евразия-Поволжье» обсудили роль СМИ в работе ЕАЭС // <http://saratov.bezformata.ru/listnews/rol-smi-v-rabote-eaes/29219428> (дата обращения: 28.05.15).

Блогер Российского совета по международным делам, аспирант кафедры международных отношений и внешней политики России ИИиМО СГУ Е. Коренев концентрируется на социальных сетях и блогосфер как ресурсов информационного обеспечения деятельности ЕАЭС. Одно из его предложений – создание новых официальных аккаунтов в социальных сетях, которые бы доступно излагали перспективность евразийской интеграции<sup>1</sup>.

Из этого напрашивается общий вывод – это необходимость системной работы по информационному сопровождению проекта ЕАЭС, в том числе на уровне региональных СМИ, и повышение роли приграничного сотрудничества в контексте евразийской интеграции. Особое внимание следует уделить разработки и внедрению в практику новых стандартов для политических аналитиков и журналистов из ЕАЭС, формированию единого журналистского пула, кропотливой работе в социальных сетях и выстраиванию прямых коммуникаций между приграничными экспертными средами.

Конечно, нынешняя ситуация не может считаться идеальной и требует известной корректировки, но в целом можно сделать вывод, что противодействие программам интеграции не носит острого, непримиримого характера. Наше совместное будущее имеет хорошие перспективы, а новые формы межгосударственного сотрудничества – неплохой потенциал реализации<sup>2</sup>.

Особо отметим, что проект евразийской интеграции активно обсуждается в зарубежных средствах массовой информации.

Взгляды европейских аналитиков о роли России в формирующемся союзе и целях интеграции различны: критически-отрицательные, нейтральные и положительные. Немало отзывов, где говорится об имперских амбициях России и желании возродить бывший СССР. Немецкая «Deutsche Welle», например, считает, что Евразийский союз уж точно не станет «восточным Евросоюзом»; по их мнению, ни о каком равенстве, как это принято в ЕС, речи быть не может, ведь «невозможно представить, чтобы российские политические

---

<sup>1</sup> На заседании ИАЦ «Евразия-Поволжье» обсудили роль СМИ в работе ЕАЭС // <http://saratov.bezformata.ru/listnews/rol-smi-v-rabote-eaes/29219428> (дата обращения: 28.05.15).

<sup>2</sup> Евразийская интеграция. Отражение в национальных СМИ // <http://riss.ru/smi/715> (дата обращения: 09.06.15).

элиты были готовы отдать право, например, киргизам принимать экономические решения, которые были бы обязательными и в России. К тому же Евразийский союз создается не только ради экономических выгод, но и для достижения определенных военных и политических целей. И первую скрипку в нем, без сомнения, будет играть Россия», уверены в крупнейшей немецкой медиакомпании<sup>1</sup>.

«Financial Times Deutschland» при этом подчеркивает, что союз, о заключении которого уже велись разговоры, «может превратить Москву в международный финансовый центр, а совместная внешняя политика и политика безопасности придаст России великодержавный статус на региональном уровне»<sup>2</sup>.

Недалеко ушли от немецкого критицизма их коллеги из «Туманного Альбиона». Заглянем на страницы «The Telegraph». Здесь заявляется, что новый союз будет иметь не только много общего с СССР, но и представлять собой «ореол авторитаризма во главе с Путиным, где все союзные государства пытаются придать силу своим слабым голосам на мировой арене, а также поддержать свои авторитарные режимы в период, когда диктаторы вынуждены нервно оборачиваться в поисках угрозы»<sup>3</sup>.

Словацкая «Hospodarske Noviny» добавляет, что проект Евразийского союза представляет собой ностальгию русских по советским временам: «Путин построит новую империю, еще более мощную и еще больше внушающую страх, чем Советский Союз. Для видимости демократии он уже придумал название – Евразийский союз, который должен объединить страны – бывшие республики СССР»<sup>4</sup>.

О других мотивах Евразийской интеграции пишет Французская «Le Figaro», которая уверена, что цель объединения заключается не в воссоздании советской империи, «а поиске ответа на китайскую конкуренцию в Средней Азии»<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://inosmi.ru/politic/20111220/180811306.html> (дата обращения: 10.06.15).

<sup>2</sup> <http://www.dw.de/financial-times-deutschland> (дата обращения: 10.06.15).

<sup>3</sup> [http://www.inosmi.ru/middle\\_asia/20111006/175643434.html](http://www.inosmi.ru/middle_asia/20111006/175643434.html) (дата обращения: 11.06.15).

<sup>4</sup> <http://www.inosmi.ru/politic/20111005/175583451.html> (дата обращения: 11.06.15).

<sup>5</sup> <http://inosmi.ru/politic/20111005/175579162.html> (дата обращения: 11.06.15).

Итальянская «Limes» называет Евразийский проект версией «облегченного СССР», но в положительном значении – «Москва не помышляет о новом Советском Союзе с центром в России, но хочет предложить себя как евроазиатскую точку опоры для бывших советских республик и не только»<sup>1</sup>.

Как ни странно может показаться, но наиболее нейтрально настроенными версиями происходящего оказались мнения американских изданий. «World Politics Review» сообщает о том, что «Москве не удастся поработить свои бывшие владения, произойдет как раз прямо противоположное. Минимальный набор требований бывших советских государств при вступлении в союз будет включать официальное равенство и строгое соблюдение узаконенных правил. На практике России будет крайне сложно оказывать политическое влияние на действия и процедуры такого объединения». «The National Interest» объясняет стремление России к интеграции нежеланием больше наблюдать за тем, как Центральная Азия становится все больше связанной с Южной Азией, а западные районы бывшего Советского Союза все больше притягиваются к европейской орбите<sup>2</sup>.

Высказываются полярные точки зрения и относительно перспектив нового объединения. Большое количество экспертов указывает на рост экономических возможностей, которые получит Россия после реализации проекта. Стремление России, Белоруссии и Казахстана к более тесной экономической интеграции оценивается как нормальное и логичное – оно совершенно не противоречит существующим тенденциям глобализации. Как заметил «Литовский курьер», необычным является то, что ЕС, который так заметно критикует проект, больше других получит возможность работать со стабильным, прогнозируемым и регулируемым партнером: «Брюсселю выгодно работать с таким крупным игроком, как Евразийский союз и ЕЭП, со структурами не национальными, а наднациональными. Тем более, эти структуры сами предлагают сотрудничество»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://inosmi.ru/sngbaltia/20111210/179909404.html> (дата обращения: 10.06.15)

<sup>2</sup> <http://inosmi.ru/world/20111019/176247331.html> (дата обращения: 11.06.15).

<sup>3</sup> <http://www.inosmi.ru/europe/20111007/175680298.html> (дата обращения: 11.06.15).

«Financial Times» от чисто экономических перспектив делает уклон в политику, подчеркивая, что Евразийский союз сможет воплотить весь свой потенциал и стать серьезной экономической организацией только в случае политического объединения между Россией, Белоруссией и Казахстаном, «лидеры двух меньших стран «должны будут попрощаться с властью, чтобы союз имел шансы на успех»<sup>1</sup>. Схожие взгляды выражает и швейцарская «Le Temps», которая считает, что Россия действительно сильна в экономическом плане, а при подключении Белоруссии и Казахстана, а затем и других соседних стран может превратиться в совершенно нового игрока на мировой арене – «Если это случится, – то мы получим совершенно нового зверя»<sup>2</sup>.

Менее оптимистично настроены польский «Dziennik» и британский «The Guardian». По их мнению, у попыток интегрирования постсоветского пространства уже сложилась дурная традиция, все предшествующие объединения не оправдали возлагаемых на них надежд: они не смогли ни интегрировать своих членов, ни усилить глобальную роль России. «Новое образование никогда не будет создано, потому что народы бывшего СССР не придерживаются общих ценностей и целей, а Москва слишком слаба, чтобы их к этому принудить. Заявление Путина – это обмазывание глазурью несвежего торта объединения, который никто кроме Москвы, на самом деле, не хочет есть»<sup>3</sup>.

Итальянская «Limes» связывает образование союза с «наступлением китайского дракона на постсоветское пространство», но считает, что пока в Брюсселе и в Москве не пойдут на компромисс, функционирование Европейского и Евразийского союза будет затруднено.

Собственную точку зрения выражают американские «National Interest» и «World politics review». По их мнению, перспектива появления Евразийского союза, в таком виде, в каком его видит

---

<sup>1</sup> [http://www.inosmi.ru/middle\\_asia/20111006/175643434.html](http://www.inosmi.ru/middle_asia/20111006/175643434.html) (дата обращения: 11.06.15).

<sup>2</sup> <http://www.inosmi.ru/europe/20111007/175680298.html> (дата обращения: 11.06.15).

<sup>3</sup> <http://www.inosmi.ru/europe/20111007/111670298.html> (дата обращения: 11.06.15).

Путин, маловероятна: «У Российской Федерации ушло десять лет на запуск Таможенного союза, чья единая экономическая зона представляет собой пространство с едиными рыночными законами и правилами, ограниченным количеством участников. Сложно себе представить объединение более обширное и более «глубокое» в духе ЕС, которое могло бы появиться в обозримом будущем на пространстве бывшего Советского Союза»<sup>1</sup>. Кроме того, Евразийский союз, по их мнению, столкнется с серьезной конкуренцией как от Шанхайской организации сотрудничества, основанной на расширяющемся партнерстве Китая и стран Средней Азии, так и, особенно, от Евросоюза, чьи постоянные попытки сформировать Восточное партнерство уже привели к укреплению связей с бывшими советскими республиками. Эти издания подчеркивают, что, вероятно, многие из стран бывшего советского блока имеют свои возражения против перспективы снова вступать в какое-либо объединение под эгидой Москвы (и отчасти они правы), учитывая историю советского и российского доминирования в прошлом. И хотя Казахстан уже одобрил проект союза, предложенный Путиным, правительства Грузии и Украины уже заявили, что вступать не планируют. «Опыт последних лет показывает, – читаем здесь, – что Москва стремится получать политические выгоды в обмен на предоставление экономических льгот и привилегий. Вполне возможно, что она потребует положить конец присутствию американцев в транзитном центре Манас в Киргизии, и Вашингтон должен оказывать сопротивление таким действиям»<sup>2</sup>.

Но все же, американская пресса считает, что Евразийская интеграция может способствовать стабильности и процветанию на большей части этого региона – но лишь в том случае, если такая интеграция будет добровольной, не изолирующей ее участников от внешнего мира, и идущей во благо всем странам-членам: «США не должны напрямую и безоговорочно осуждать предложение о создании Евразийского союза – по крайней мере, пока. Было бы лицемерием выступать против региональной интеграции в Евразии,

---

<sup>1</sup> <http://www.inosmi.ru/europe/20111007/175680264.html> (дата обращения: 11.06.15).

<sup>2</sup> <http://www.inosmi.ru/europe/20111007/1756333598.html> (дата обращения: 11.06.15).

одновременно поддерживая ее в других местах. Соединенные Штаты также напрямую заинтересованы в том, чтобы республики Центральной Азии развивались, превращаясь в хорошо функционирующие и преуспевающие государства»<sup>1</sup>.

Как видим, западные СМИ демонстрируют широкий диапазон оценок Евразийского проекта. Среди них явно выражены три позиции: Евразийский союз – возрождение СССР; Евразийский союз – альтернатива китайской экономической экспансии; рождение Евразийского союза – закономерный шаг в обустройстве постсоветского пространства, до которого докатились интеграционные волны.

Чем объясняется такое нежелание европейцев сравнивать новое формирование со своей интеграционной историей? Из цитируемых отрывков становится ясно, что ЕС пытается не замечать в Евразийском союзе как будущего конкурента, так и видеть перспективного партнера. США же нейтрально отзывается о возможном формировании, понимая, на что способны Россия и ее партнеры.

Тем не менее, ожидания государств – членов ЕАЭС уже начинают оправдываться. Увеличились объемы торговли между его участниками. Упразднены тарифные и нетарифные барьеры. Отменены все виды контроля на внутренних границах. Обеспечивается защита товаров от недобросовестной конкуренции со стороны третьих стран. И это только начало, как бы это и не нравилось нашим западноевропейским партнёрам.

По мнению учёного В.Д. Рузина, представление о содержании евразийского медиaproстранства может быть выражено в виде следующих принципиальных и наиболее актуальных для формирования молодёжного сознания направлений евразийской культурно-информационной политики<sup>2</sup>:

1. Четко отразить переход от стадии сотрудничества на евразийском пространстве к стадии интеграции и нацеленность на создание нового регионального центра развития. Тремя составляющими

---

<sup>1</sup> <http://www.inosmi.ru/europe/20111007/122345680298.html> (дата обращения: 11.06.15).

<sup>2</sup> Рузин В.Р. Евразийское культурно – информационное пространство // <http://federalbook.ru/files/SVAYZ/saderzhanie/Tom%2011/IV/Ruzin.pdf> (дата обращения: 20.06.15).



Евразийского экономического Союза являются Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС), Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), Совещание по взаимодействию и мерам доверия в Азии (СВМДА). Нет сомнения в том, что эти организации объединятся, идея единства Евразийского континента обязательно победит, но к этой победе надо идти, преодолевая сопротивление центробежных тенденций. Мы переживаем период формирования новой Азии, которая приобретает принципиально иное положение в мировой политике. Азия преодолевает статус периферии атлантического центра, конструируя свой центр мировой истории, стремясь участвовать в решении мировых проблем на равных с Европой и Америкой. В этих условиях для Евразии актуальным становится не отстать от этого возвышения, не оказаться ямой между двумя вершинами. Для этого крайне необходимо формировать центричное сознание евразийской идентичности. Возможно, что сейчас эта мысль кажется делом далекого будущего, но следует помнить, что контуры будущего прочерчиваются уже сейчас.

2. Осуществлять интеллектуализацию интеграции, раскрывая широкий спектр ее позитивных сторон, открывающиеся возможности для духовного обогащения народов Евразии и личных творческих достижений. Свободное общение – важная основа нового содружества. И там, где прямое общение затруднено, оно должно иметь связующие каналы. Для общения целых народов массмедиа являются уникальным посредником, позволяющим сокращать время, расстояния, культурные и социальные различия. Культурная индустрия должна способствовать продвижению евразийских идей

3. Сконцентрировать внимание вокруг общих ценностей, проиллюстрировать их как с документальной стороны, так и художественными средствами. В общественном сознании должно устояться понимание этих ценностей как скрепляющих рамки интеграции. Символы евразийского мира в открытом информационном мире остаются большинству неизвестными. Ситуацию с оздоровлением общего информационного пространства необходимо выправлять всеобщими усилиями. Страны евразийского пространства заинтересованы в том, чтобы о них знали их ближайшие соседи и источником этой информации были они сами. Пропаганда евразийских идей и проектов должна широко вестись кинематографическими средствами. Одним из важнейших направлений является создание



фильмов евразийской тематики. Это малоисследованное поле деятельности требует привлечения ученых-историков и мастеров киноискусства.

4. Отразить дополняющий характер культурной интеграции. Содержание культуры должно формироваться не на противопоставлении, а на взаимодополнении. Необходимо продвигать новый культурный продукт, создаваемый в результате интеграционного взаимодействия, на базе национальных традиций. Осуществлять глубокую и широкую этнографическую фиксацию всего многообразия культур народов Евразии. Показывать в динамике синтез традиционных и новых форм народной культуры и творчества. Обмен продуктами художественно-интеллектуального творчества – это путь к установлению взаимопонимания через сотрудничество в гуманитарной сфере. Это заряжает народы энергией интеграции. Развитие общего медиаполя Евразии содействует укреплению культурной оси Москва – Астана – Минск и приданию евразийскому взаимодействию международного значения не только в рамках СНГ, но и в масштабах Европы и Азии.

5. Оказывать информационную поддержку инновационному процессу. Необходимо ярко освещать достижения собственно евразийской научно-технической мысли. Героизировать образ ученого, инженера, рационализатора, инициировать освещение изобретательской деятельности и внедрения изобретений в практику. Важно показывать конкретную пользу научно-технических новаций и пути приобщения к ним. Идея строительства Евразии как одного из мировых центров требует поддержки собственных источников развития, придания им особенного статуса, статуса двигателей будущего технологического подъема, статуса демиургов нового мира. Важно показать общественную ценность творческих усилий, направленных на улучшение жизни рядовых граждан, и продемонстрировать духовную и материальную отдачу этого труда.

6. Максимально использовать образовательный потенциал телевидения. Реализовывать просветительскую функцию СМИ. Возможности осуществлять постоянные и насыщенные связи в рамках интеграционных процессов пока есть, но они имеют инерционную природу, и если их не поддерживать, не развивать, то они иссякнут. Необходимо активнее развивать сотрудничество ради поддержания «гуманитарного единства» через развитие совместных

образовательных программ, восстановление контактов между научными школами. Русский язык как единая языковая информационная среда важен для всей Евразии. Такая позиция (пусть и не в полной мере) находит понимание среди ближайших партнеров по СНГ – в Казахстане, Беларуси, Киргизии. Пока мы можем фиксировать как неудовлетворительную тенденцию ухода русского языка из стран бывшего Союза. Особую важность приобретает организация эффективного сотрудничества медиа, культурно-просветительских организаций, госструктур по развитию общего информационного и культурного пространства России, Беларуси и Казахстана в рамках евразийского проекта. Необходимо накапливать знания и использовать их для плодотворного развития всего региона. Приступать к осуществлению следует безотлагательно. Интерес к евразийской интеграции должны поддерживать новые телевизионные каналы, радио- и телепрограммы, печатные СМИ. Также необходимо поощрять создание монографий и проведение исследовательских работ. Целесообразна организация систематического проката фильмов по евразийской тематике в странах СНГ. Визуализацию евразийской проблематики должны осуществлять кино- и видеофильмы, распространяемые в электронном формате. Немаловажное значение имеют формы распространения визуальной и текстовой информации в сети Интернет, поэтому в число мер по расширению информационного пространства должно войти создание сайтов евразийской тематики.

7. Обеспечить непрерывное информационное вещание, формирующее пространство евразийской интеграции. В информационной «поддержке» этого важнейшего интеграционного проекта инициативу подхватили силы, ориентирующиеся на извлечение капитала из нагнетания страхов, формирования в общественном сознании темных мифов и скандалов. В итоге общественное мнение России, Белоруссии и Казахстана осталось беззащитным перед напускными страхами о «российском империализме», мифами об утере государственного суверенитета, о бесперспективности очередных бюрократизированных интеграционных построений. Нередко в этой работе задействуются и деятели культуры, которые рассматривают свою популярность как некую форму политической легитимности и возлагают на себя никем не доверенные им обязанности выступать от имени народа. Резонатор средств массовой

информации позволяет таким деятелям небольшой численностью создать ощущение стройного хора возмущенных. В ход идут «открытые письма», эмоциональные выступления, оскорбления и вброс фальсификаций. В итоге каждое принципиальное решение властей может быть использовано оппозицией как повод получить дивиденды борцов за народ. В связи с образованием ещё Таможенного союза в Казахстане обывателя пугают варягами из России, захватом казахского рынка акулами российского капитализма. В России создавались аналогичные мифы о нашествии мигрантов с юга и ограблении страны путем реэкспорта природных ресурсов. Более всего в странах ТС противники интеграции старались уязвить национальное чувство. Но ничего этого нет. И ЕАЭС этому подтверждение. Наши страны полиэтничны, многое делается для обеспечения мирного и комфортного сосуществования десятков этнических общностей, однако проблемы окончательно не решены. Так называемые национал-патриоты используют межэтнические трения для антиправительственной риторики как самый главный свой козырь, прекрасно понимая, сколь чувствительными сегодня являются вопросы этнического характера и изменений в сфере национально-государственного развития. Эта тема важна для всех граждан, поэтому ее непроговоренность и слабая информационно-разъяснительная работа создают напряженность между государством и отдельными группами населения. Интеграционные проекты на стадии разработки должны оснащаться проработанной программой ответов на вопросы различных групп населения всех участников интеграции; сопровождаться положительной информацией о странах – участницах интеграции; скрепляться общими принципами информационной политики; поддерживаться постоянным присутствием в информационном пространстве новостных поводов, смежных с интеграционным проектом; располагать самыми современными средствами и методами информационного воздействия; обеспечиваться лояльностью общественности и экспертного сообщества; содержать компоненты научного, образовательного, межкультурного, молодежного участия в их реализации. В целом каждый интеграционный проект должен иметь программу имиджевого сопровождения. Медийное пространство ЕАЭС должно быть ответственно за «оживление» интеграционных проектов, визуализацию их человеческого измерения. Главная

задача евразийской медиасреды – вывод интеграционных проектов на уровень «общественных проектов», которые мотивированы общественной потребностью, формулируются обществом и служат общественному интересу. В конечном счете каждая интеграционная инициатива должна быть переведена с языка цифр и макроэкономических показателей на язык очевидных благ для простых людей.

8. Обеспечивать непосредственный контакт народа и власти. В условиях интеграции меняется роль государства. На просторах содружества из бесспорного авторитета, каким оно было в своих суверенных границах, государство превращается в одного из участников процесса информирования населения. Это одна из причин необходимости внедрения «электронной модели» государства и обеспечивающих ее институциональных структур. На повестке дня стоит проект создания евразийского электронного пространства в сферах как торговли и технологий, так и управления. Электронные средства позволяют обеспечить расширение политического участия населения (и прежде всего молодёжи) в государстве.

В этих условиях конечно нужны идеи, интеллектуальный заряд которых прокладывает бы путь к решению назревших проблем. Поиск этих идей должен вестись в диалоге культур и диалоге цивилизаций. Диалог культур способен вывести на поверхность противоречия, разрешение которых создает новое знание, новое видение мира.

Интеграция – это всегда усложнение. Интеграцией надо управлять: направлять, развивать, и не только в сфере экономики, но прежде всего в сфере идей. Там, где формируются смыслы и ценности, в гуманитарной сфере или культурно-информационном пространстве.

Коммуникация является существенной составляющей интеграции народов, «искусства жить вместе» в условиях демократии и активного участия граждан в принятии решений, от которых зависят их благосостояние, стабильность и безопасность.

Эффективность функционирования ЕврАзЭС напрямую зависит от уровня коммуникативности внутри содружества. Очевидно, что евразийская интеграция отражена в средствах массовой информации явно недостаточно. Информационное пространство стран – соседей по Евразии представляет собой довольно пеструю картину. Выстраивается оно не только и не столько государственными

органами, сколько рыночными, коммерческими структурами. Сам же информационный контент в условиях отсутствия общественного регулирования политики СМИ диктуется интересами владельцев медийных структур и производителей медиапродукта.

Эта ситуация уникальна даже для стран победившей свободы слова. Какими бы защищенными ни были права частных собственников массмедиа в развитых странах, их представление о том, как информировать общество, ограничено писаными и неписаными нормами, различными соглашениями, общественными комитетами.

В отсутствие механизмов общественного участия в формировании повестки дня интеграционных процессов в целом и коммуникационного процесса в частности образуется разрыв между ЕАЭС и его гражданами. Это во многом определяется содержанием культурно – информационного пространства стран – участниц сообщества.

Общая коммуникативная политика требует индивидуального подхода для каждой страны. При этом коммуникация должна рассматриваться как механизм, нацеленный на активизацию интеграционных процессов, рычаг более оперативного принятия конкретных решений в области политики и экономики, создания осознанной потребности в евразийской культурной идентификации на основе общечеловеческих ценностей.

Отсюда актуальность расширенного общественного диалога между ЕАЭС и его гражданами, необходимость создать программу конкретных действий, ключевых инструментов формирования общественного сознания, основанного на евразийской ментальности – едином понимании целей интеграции, ее прагматического начала как основы коммуникации, пути постижения так необходимого всем «искусства жить вместе». Все это требует осмысления целей и задач ЕАЭС, которые выражаются в Евразийском культурно-информационном пространстве.

Поэтому первоочередные действия по формированию позитивного имиджа (и как следствие – образа) евразийской интеграции в молодёжном сознании должны инициироваться в информационных полях (ядро интеграции) как встречные потоки культурно-информационной самоорганизации. Их задачей является не только наполнение, но и прежде всего совместное синтетическое осмысление реальных механизмов молодёжной интеграции.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Евразийская идея не может ограничиваться только историко-географическим содержанием. Это содержание задает определенные границы, которые нельзя преодолеть, не нарушив чьего-то информационного покоя. Но человек никогда не оставит попыток выйти за рамки поставленных ему пределов, естественных или политических.

Расширению пределов молодёжного сознания способствует информационное просвещение, которое представляет собой важнейший элемент культуры и воспринимается всем прогрессивным человечеством как благо. Когда сознание закрыто для восприятия новых идей, никакие материальные предпосылки не могут способствовать прогрессу, все усилия будут напрасны.

Важнейшей интеллектуальной задачей является снятие недоверия к рационализму, к великим завоеваниям просвещения. Эта задача под силу молодёжи при непосредственной заинтересованности средств массовой информации. Они могли бы вспомнить о своей роли средства массового просвещения и осуществлять интеллектуализацию ментального пространства Евразии.

Результатом этого стала бы расчистка ментальной площадки для развития политической сферы, ведь мистифицированное сознание, обуреваемое страхами, можно успешно запугивать. С просвещенным сознанием это сделать не удастся. Ошибочно думать, что власти всегда заинтересованы в оглушении масс. Власть неоднородна, и в ней много течений, а ее состояние зеркально отражает духовное состояние народа. Если имеет место тенденция к росту интеллектуального и морального уровня народа, то вместе с ним повышается моральный уровень и тех, кто по долгу службы призван стоять выше этого. Нет никакого противоречия в том, что инициатором этого процесса, его двигателем является молодёжь.

Само же формирование евразийской идентичности возможно уже с юных лет. Стоит приложить все усилия, чтобы содействовать созданию условий развития индивидуальности человека в начале его жизненного пути.

Странам евразийского пространства пошло бы на пользу самое широкое вовлечение молодежи в межгосударственное

взаимодействие. Задача преодоления евразийского скептицизма может быть решена с помощью СМИ. Пользуясь своими преимуществами, средства массовой информации способны налаживать каналы общения по самому широкому кругу тем, не бояться вступать в диалог с самыми разными людьми. На этапе позиционирования Евразии как нового мирового центра силы и притяжения огромное значение имеет обратная связь. Это основной мотив практического евразийства – региональной интеграции в формате расширяющейся системы отношений, это альтернатива глобальной открытости, в которой легко потеряться, и средство, способствующее процветанию культур и сохранению их уникальности.

Евразийская интеграция имеет ряд брендов в различных сферах, которые заслужили авторитет на рынке информационно-коммуникационных услуг, но по численности пользователей и качеству сервисов они конкурируют с брендами европейских проектов. Поэтому, чтобы сделать их конкурентоспособными, необходима модернизация информационной инфраструктуры в евразийском регионе.

В условиях построения информационного общества ЕАЭС нужны печатные органы, теле и радиоканалы, использующие новые информационные технологии и формирующие позитивный имидж, как на постсоветском пространстве, так и на Западе. В условиях глобализации, возникает угроза возникновения информационных войн, которые разрушают менталитет той или иной страны, дискредитируют репутационный капитал, создают предпосылки для формирования негативного имиджа стран.

Для того чтобы противостоять дискредитации ЕАЭС в зарубежных СМИ, необходима информационная политика наднациональной структуры, основанная на защите евразийских интересов в глобальном информационном пространстве.

Необходимо более четкое определение задач, объектов, характера и механизмов информационного воздействия, в частности, необходимо выделение ключевых, наиболее значимых ресурсов СМИ и постоянная активная информационная работа с ними. Нужна постановка вопроса об имидже ЕАЭС на уровне межгосударственного диалога со всеми ведущими деловыми партнерами, и использование СМИ для информирования этого взаимодействия на основе принципа «информационной открытости». И тогда будут результаты.

*Мурзагалеев Радик Ишкалиевич  
Хадимуллин Руслан Робертович*

**РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ  
МОЛОДЁЖНОГО ОБРАЗА ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

Подписано в печать ....07.2015. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага «Снегурочка».  
Гарнитура Times New Roman. Тираж 150 экз. Заказ № 4741.

Верстка в ООО «Издательство «Диалог».  
450076, г. Уфа, ул. Гафури, 54.  
Тел./факс: (347) 251-78-29. E-mail: dialogufa@mail.ru

Отпечатано в типографии АНП «ИАЭМП РБ»  
Уфимский район, с. Zubovo, ул. Энергетиков, 6