

Раздел II

РОЛЬ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЩЕСТВЕННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЕВРАЗИЙСКОГО СОЮЗА

Л. Ф. Адилова

*Российский Государственный Гуманитарный Университет,
Миусская площадь, 6, 125993, ГСП-3, г. Москва, Россия,
adilovaam@mail.ru*

Статья посвящена имиджевой коммуникации Евразийского союза, проблемам проектирования внешнеполитических образов в СМИ, росту значения символической коммуникации.

Ключевые слова: имидж Евразийского союза; проектирование внешнеполитических образов; ценности Евразийского союза; конфликтующие ценности.

DESIGNING THE IMAGE OF THE EURASIAN UNION

L. F. Adilova

*State University for the Humanities,
6, Miusskaya Sq., 125993, GSP-3, Moscow, Russia
Corresponding author: L. F. Adilova (adilovaam@mail.ru)*

The article is devoted to the image communication of the Eurasian Union, the problems of designing foreign policy images in the media, and the growing importance of symbolic communication.

Key words: image of the Eurasian Union; design of foreign policy images; values of the Eurasian Union; conflicting values.

Имидж евразийского союза и диапазон единого информационного пространства зависят от специфики национального развития стран-участников проекта. Неслучайно, наибольшую известность получили исследования, учитывающие совокупность факторов, объясняющих специфику национального развития [1, с. 56].

Динамика характерных представлений о Евразийском проекте, ценностных ориентациях современных журналистов, позволяет проанализировать процесс конструирования не только внешнего, но и внутреннего образа [2, с. 195].

Для того, чтобы адекватно определить информационную повестку дня ЕАЭС, важно оценить информационную среду, перспективы реализации информационной политики и ее влияние на жизненный мир стран Евразийского проекта [3, с. 18].

Основными компонентами информационной среды являются: информационные ресурсы; средства информационного взаимодействия; информационная инфраструктура, соответствующие моделям политической жизни.

Прямые механизмы осуществления информационной политики включают в себя содержательные и технологические аспекты. Если процесс интеграционного проникновения продолжится, то комплекс целенаправленных мер, сфокусированных на информировании общественности стран Евразийского Союза с целью формирования у аудитории привлекательного образа, усилит медийную политику.

Реализация информационной политики предполагает формирование ценностей, смыслов, ее содержательной основы и целенаправленное создание информационной инфраструктуры – системы, обеспечивающей функционирование и развитие информационного пространства и средств информационного взаимодействия.

Создание конкурентной медиасреды, реального информационного пространства ЕАЭС усилит особенности функционирования данного интеграционного объединения. С одной стороны, мы говорим о существовании общего экономического пространства, объединяющего пять стран – Россию, Армению, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан. Но, с другой стороны, в рамках этого экономического пространства отсутствуют общие ценности и каналы обратной связи. В каждой стране-участнице интеграционного объединения существуют собственные национальные законодательства в области СМИ, часто не совпадающие по целому ряду параметров друг с другом, что затрудняет интеграционные обмены.

Прямые механизмы сотрудничества позволяют сформировать евразийские СМИ включающие в себя – 3 информационных агентства, 20 СМИ Армении, 5 информационных агентств Кыргызстана, 11 СМИ Беларуси, 22 СМИ Казахстана, 6 информационных агентств Казахстана, 5 информационных агентств России, более 30 СМИ России.

Нельзя не заметить, что эти целенаправленно создаваемые центры немыслимы без комплексного учета внутрирегиональных и международных процессов.

При всем своем ресурсном потенциале страны Евразийского проекта не имеют строго разработанного бренда и механизмов его продвижения и поддержания объединяющих евразийских ценностей. Обнаруженная в ходе многочисленных исследований взаимосвязь между ценностями и институтами говорит о том, что сами евразийские ценности и информационные инфраструктуры, вероятно слабо взаимодействуют и мало влияют на создание общего информационного пространства и информационную повестку дня [4, с. 6.].

Анализируя эти противоречия, следует отметить, что ЕЭК не имеет ресурсов для продвижения евразийских ценностей, обеспечения их обсуждения, преодоления разрыва между формированием евразийского мировоззрения, исторической памяти и эффективно функционирующими институтами евразийского проекта. Но противоречивость ситуации заключается в том, что лидеры «евразийской пятерки» постоянно обращают внимание на необходимость расширения уровня общественной поддержки ЕАЭС, создания позитивного образа евразийского интеграционного проекта, не переводя его в практическую плоскость.

Информационно-коммуникативное сопровождение евразийского проекта состоит в том, что потребность участия в информационном обмене трансляциями, репрезентации информации наталкивается на попытки стран участников проекта ограничить смысловые рамки информационных потоков.

Государства-члены ЕАЭС позиционируют союз исключительно как прагматичное интеграционное формирование, основанное на экономических приоритетах. Однако опыт реализации масштабных интеграционных проектов без гуманитарного и ценностного взаимодействия, и без объединяющей идеи, положительной обратной связи не достигнет успеха. Проектирование единого информационного про-

странства возможно через гуманитарную культуру евразийских коммуникаций.

Библиографические ссылки

1. *Тощенко Ж. Т.* Фантомы российского общества. М. : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. 669 с.
2. *Задорин И. В. Мальцева Д. В.* Современный журналист: ценностные ориентиры профессиональной жизни // Сер. Интеллигенция и современность. М., 2018. С. 193–203.
3. *Дзялошинский И. М.* Культура и медиа как ресурсы устойчивого развития // Сборник научных трудов. PR и СМИ в Казахстане. Вып. 14. Алматы. 1998. С. 16–35.
4. *Адилова Л. Ф.* PR: новые вызовы времени. Алматы : «Казак университеті», 2018. С. 3–7.

«ТВОРЧЕСКИЙ ВАНДАЛИЗМ» В МЕДИАКОММУНИКАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

К. Г. Антонян

*Российский государственный педагогический университет
им. А. И. Герцена,
ул. М. Посадская, 26, 197046, г. Санкт-Петербург, Россия,
Tursa@list.ru*

В исследовании рассматривается влияние «творческого вандализма» (прежде всего стрит-арта) на формирование культурного пространства современного мегаполиса как в повседневности, так и в новых медиа. Стрит-арт становится не односторонним посланием художника зрителям, а формой коммуникации с жителями и властями. Цель исследования – продемонстрировать изменяющиеся функции стрит-арта в контексте развития новых медиа. «Творческий вандализм» расценивается как позитивное явление, отражающее современный этап развития уличного искусства, активно осваивающегося в интернете.

Ключевые слова: творческий вандализм; стрит-арт; медиакоммуникация; новые медиа; город.