XXXIV Неделя науки СПбГПУ. Материалы межвузовской научно-технической конференции.
Ч.XII: С.70-71, 2006.
© Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, 2006.

УДК 323

И.П.Орлова (4 курс, каф. НБ), О.К.Мешков, проф.

ИНФОРМАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭТНИЧЕСКУЮ ИНТЕГРАЦИЮ

Цель работы – ответ на вопрос: какую роль играет информация при этнической интеграции?

Приведём примеры интеграции этносов и проанализируем степень влияния информации на данный процесс.

Пример № 1. Рассмотрим очередь на автобусной остановке в этносе «А». Стоят тридцать человек, все ждут автобуса. Трое людей, громко разговаривая, рассуждают о том, что нет в пространстве данного этноса места для достаточно хорошо оплачиваемой работы, но вот в этносе «В» есть свободные места и высокая оплата труда. Разговор ведут трое, но слушает вся очередь. В результате каждый, из стоявших в очереди, обязательно предупредит об этом своих родных и близких, которые в свою очередь сделают то же самое. Т.е. произойдет безадресное циркулярное распространение информации, что в свою очередь может привести к тому, что этнос «А» подвергнется интеграции в этнос «В». А вот в какой степени зависит от того, насколько условия в этносе «В» благоприятнее условий этноса «А».

Пример № 2. Придя, домой, человек «А» включает телевизор и смотрит новости. Он устал от политической обстановки в этносе «С». В новостях сообщают о том, что в этносе «Д» процветает демократия, свобода слова, каждый человек сам решает свою судьбу и управляет своей жизнью. Для человека «А» это будет поводом собрать побольше информации об этносе «Д», например путем поездки в данный этнос.

Этот пример можно рассмотреть двояко:

1. Была сообщена ложная информация для оттока населения из этноса «С» (или для привлечения дешевой силы в этнос «Д»);
2. Была сообщена правдивая информация – действительно в этносе «Д» живется лучше, чем в этносе «С».

Степень интеграции будет зависеть от того, насколько плодотворной будет поездка человека «А» (информация распространится по аналогии с примером № 1), сколько раз в новостях покажут этот сюжет, сколько человек посмотрело этот сюжет.

После приведенных выше примеров необходимо сделать вывод о силе управления в виде СМИ. СМИ – это телевидение, радио, газеты и т.д. Они выполняют роль, как прямой связи системы общественного управления, так и частично обратной связи, показывая выборочную статистику. Т.е. ведущему необходимо просто выдвинуть версию о том, что этнос «В» лучше этноса «А» и непосвященная масса людей будет верить. А если это скажут авторитетные ведущие? – Эффект усиливается!

Пример № 3. Важную роль в интеграции играет пространственное измерение. Степень «географической близости» государств может выступать в качестве серьезного фактора для анализа мотиваций интеграционных отношений высокой степени интенсивности. То есть в условиях непосредственной близости в форме общей границы возрастает вероятность того, что именно географические проблемы могут стать причинами интеграции. И стоит только внедрить информацию о том, что одно из государство ослабело – удар от другого не заставит себя ждать. Значит можно сделать вывод: чтобы не стать участником интеграции в данном примере, необходимо правильно владеть информацией (распознавать или направлять в правильное русло). Но необходимо отличать этническую интеграцию и прямое завоевание.

Пример № 4. Рассмотрим Европейский Союз. ЕС необходимо найти компромисс между экономическим ростом и социальной справедливостью, общими геополитическими

интересами и специфическими национальными устремлениями, требуется сбалансировать развитие интеграции вглубь и вширь, решить вопрос о расширении на Восток. Все это создает информационное пространство о могуществе ЕС. Присоединяется все больше и больше стран, происходит географическое расширение Сообщества, которое приводит к тому, что голоса менее значимых, но объединившихся малых стран могут блокировать решения крупных государств ЕС. Большая Европа может взорвать изнутри десятилетиями создаваемый европейцами интеграционный комплекс, успешно конкурирующий с такими мощными экономическими гигантами, как США и Япония.

Пример № 5. Необходимо отметить, что информация может распространяться в виде слухов. Слух – это передача предметных сведений по каналам межличностного общения. В русских летописях и даже в современном русском языке сохранились свидетельства необычайной многочисленности монголо-татарских войск («тьма тьмущая»), хотя, согласно данным исторической демографии, они никак не могли быть столь многочисленны. По всей видимости, монгольские полководцы мастерски вели спецпропаганду, распространяя деморализующие противника слухи, разжигая по ночам гораздо больше костров, чем было практически необходимо и т.д. К чему такие слухи привели – известно всем.

Итак, этносы вступают на путь интеграции из-за жажды новых территорий, более благоприятной обстановки для достижения личного благополучия; желания устранить недоверие и вражду; желания сплотить свои силы перед угрозой более сильного этноса и т. д. Но для реализации процесса интеграции, этносу необходимо получить информацию его интересующую. Соответственно информация будет толчком и первоисточником интеграции, и главная проблема состоит в том, сможет ли этнос распознать информацию, отличить ложь от правды. Мировой опыт показывает, что к решению проблем информационной сферы каждая страна должна привлекать своих ученых и производителей. Национальные специалисты должны гарантировать высокое качество информационных услуг, создание системы национальных информационных ресурсов, динамичное развитие информационной инфраструктуры. Ими должны быть разработаны национальные информационные стратегии, созданы свои обоснованные программы использования информационных технологий в сфере образования, культуры, экологии. Для создания таких программ нет жестких стандартов, каждая страна формирует свою информационную среду, свое информационное пространство. Однако при этом она должна учитывать необходимость обеспечения информационного иммунитета. Когда информация будет обрабатываться и правильно распознаваться, как на уровне государства и этноса, так и на уровне простого обывателя, тогда процесс интеграции будет идти в нужном русле для них.