

УДК 327

Политические аспекты медиа-пространства Европейского союза: от информации к коммуникации

Фатыхов Дмитрий Русланович

Соискатель,

Московский государственный институт международных отношений (университет)

Министерства иностранных дел Российской Федерации,

119454, Российская Федерация, Москва, просп. Вернадского, 76;

e-mail: d.fatykhov@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена исследованию влияния средств массовой информации (СМИ) на интеграционные процессы в Европейском союзе. Актуальность этой темы обусловлена, во-первых, связанными с развитием информационно-телекоммуникационных технологий (ИКТ) возможностями СМИ по формированию у населения представления о происходящих событиях и принимаемых решениях как на внутреннем уровне, так и по внешнеполитической линии. Во-вторых, научный интерес представляет противостояние и взаимодействие «национального» и «наднационального» в европейском медиа-контенте. Оба фактора прямо или косвенно оказывают воздействие на общественный дискурс по евроинтеграции, а также на мнение граждан о самой идее европейского единства, и, следовательно, укрепляют либо ослабляют европейскую сплоченность. Основными используемыми методами в статье являются case-study, анализ текстов и экспертные оценки. На примере «Брексита» изучаются связи между освещением общеевропейских событий и восприятием населением места своей страны в ЕС в контексте становления европейской идентичности. На основании разбора подходов европейских ученых к этой проблеме делается вывод о роли «Брексита» в решении Еврокомиссии об укреплении коммуникации с обществом и переходе от информационной к коммуникационной политике, дающей возможность прямого участия граждан в процессе принятия решений.

Для цитирования в научных исследованиях

Фатыхов Д.Р. Политические аспекты медиа-пространства Европейского союза: от информации к коммуникации // Теории и проблемы политических исследований. 2018. Том 7. № 5А. С. 48-53.

Ключевые слова

ЕС, СМИ, интеграция, европейская идентичность, информация, коммуникация.

Введение

Робин Ходесс еще в 1997 г. одной из первых отметила, что в политической науке недостаточно освещается роль средств массовой информации в процессах европейской интеграции [Hodess, 1997]. Частично это объясняется тем, что природу и степень воздействия медиа-эффектов на политическую среду интеграционной группы достаточно сложно понять, смоделировать и операционализировать, поскольку она носит скрытый, опосредованный другими переменными характер и трудно доказуема. Однако исследования в области коммуникации показывают, что СМИ могут оказывать прямое воздействие на политику, например, создавая преимущество голосов для определенной партии посредством благоприятного освещения ее программы и деятельности. Причина тому – отсутствие у электората возможности формировать собственное мнение о политических лидерах и происходящих процессах на основе собственного опыта. Вместо этого рядовой гражданин оценивает ситуацию и политические фигуры, опираясь на ту информацию, которую ему предоставляет медиа-контент, что особенно характерно для западных демократических обществ [Meuer, www]. За прошедшие после замечания Р. Ходесс 20 лет ситуация несколько изменилась, появился ряд отечественных и иноязычных исследований теоретического и эмпирического профиля, посвященных изучению воздействия медиа-фактора и информационно-телекоммуникационных технологий (ИКТ) на различные области интеграции. Тем не менее, информационная политика и медийное пространство интеграционных объединений остается на периферии академического внимания, которое в последние годы преимущественно фокусируется на взаимосвязях ИКТ и международных отношений в целом, информационной безопасности и вопросе управления Интернетом. В этом контексте, представляется перспективным проведение комплексных исследований взаимосвязей медийного пространства и интеграционных процессов, выработки информационной политики, как внутри интеграционного объединения, так и относящейся к его внешнеполитическому измерению.

Медийные факторы европейской идентичности

В интеграционных форматах большое значение имеет вопрос о влиянии того, как европейские процессы преподносятся средствами массовой информации населению, на европейскую идентичность и европейское единство. После «брексита» в июне 2016 поддержка населением самой идеи Европейского союза снова вышла на первый план политических дискуссий, которые активно подхватили СМИ. Как полагает У. Олаусон, ощущение населением стран ЕС себя как части единой Европы в существенной степени обусловлено описанием ЕС и его политики в новостных медиа [Olausson, 2010]. Проблема здесь заключается в том, что граждане предпочитают получать информацию о Европейском союзе и его политике от национальных медиа-компаний и каналов [Kandyla, de Vreese, www]. Отсутствие в ЕС общей медийной системы постулируется рядом европейских ученых (наравне с отсутствием языковой общности) в качестве одного из факторов формирования представлений о европейской идентичности через национальную призму. По их мнению, для возникновения наднационального пространства общественной дискуссии, которое необходимо для углубления европейской идентичности, требуется языковое и медийное единство. Так, А. Кандила и С. де Вресе полагают, что формирование общеевропейского пространства общественной дискуссии может быть начато только посредством наращивания присутствия в национальном новостном медийном дискурсе общеевропейской тематики, а также ее оценки не с национальной, а с общеевропейской точки зрения [там же]. Например, в рамках такого подхода, освещение в СМИ

сирийского или украинского сюжета во Франции должно вестись не столько в контексте французской внешнеполитической линии и деятельности, сколько в контексте общеевропейской позиции. Однако национальные СМИ в принципе не всегда в состоянии создать адекватную среду для общественной дискуссии по общеевропейским вопросам, поскольку их внимание в большей степени сфокусировано на национальной тематике. Более того, некоторые исследователи считают, что для национальных пространств общественной дискуссии характерно доминирование национально-ориентированных нарративов, в которых евроинтеграция рассматривается в качестве нелегитимного процесса, несущего угрозу национальной идентичности. Фактически, склонность журналистов противопоставлять ЕС и государственный суверенитет создает в обществе восприятие интеграционных процессов как потенциальной опасности [Clement, 2015].

Вышеупомянутый «брексит» как раз является эмпирическим подтверждением теории развития евроскептицизма в обществе под воздействием средств массовой информации.

Еще в 1999 года было проведено исследование, авторы которого связывали доминирование настроений евроскептицизма в британских газетах и таблоидах и снижение поддержки британцами Евросоюза [Anderson, Weymouth, 1999]. В 2012 г. Б. Хокинс подтвердил результаты этого исследования, отметив, что ярчайшими выразителями негативного отношения к евроинтеграции являлись печатные британские издания и «правая пресса». Вывод Б. Хокинса основан на проведенном анализе освещения реформирования законодательства ЕС (2003-2007 гг.) в пяти авторитетных британских газетах, который выявил, что настрой британцев на отделение от ЕС отражает то, как показывались отношения Лондона и Брюсселя в газетном дискурсе. В этом дискурсе ЕС изображался двояко: как иностранная держава и как переговорный форум. В первом случае ЕС представлялся не в качестве международной организации, частью которой является Туманный Альбион, а государствовподобной структуры, из которой Великобритания исключена и с которой имеет двусторонние отношения. Второе направление газетного дискурса рисовало ЕС как переговорный форум, в рамках которого интересы Лондона противопоставлялись интересам других государств-участников, в особенности Франции и Германии. К тому же политика и институты ЕС также были противопоставлены интересам Великобритании [Hawkins, www].

Что касается освещения в европейской медиа-пространстве Общей внешней политики и политики безопасности (ОВПБ) Европейского союза, то А. Кандила и С. де Вресе проанализировали этот аспект в авторитетных газетах восьми европейских стран с целью выяснить, насколько в них представлена ОВПБ и каким образом она оценивается. Исследование показало, что ОВПБ чаще представлялась в контексте возможностей и положительного воздействия на жизнь населения, нежели рисков и угроз. Однако А. Кандила и С. де Вресе подчеркивают, что положительные оценки и контекст возможностей относятся именно к общеевропейскому, а не к национальному измерению ОВПБ [Triga, Vadratsikas, www].

Информационно-коммуникационная политика ЕС

Поскольку коммуникация с общественностью по вопросам поддержки населением европейской интеграции и формирования европейской идентичности имеет высокое значение, Еврокомиссия выделяет значительные ресурсы на увеличение «заметности» проектов региональной политики в печатных, аудиовизуальных СМИ и социальных сетях в целях повышения осведомленности населения. В этой связи С. Мендес и Дж. Бахтер полагают, что коммуникационная политика Еврокомиссии представляет собой ключевой фактор продвижения имиджа ЕС в обществе [там же].

Коммуникационная политика Евросоюза не регулируется специальными положениями европейских Договоров, но закономерно проистекает из обязательства ЕС объяснять общественности модальности своего функционирования и политики, а также сам концепт «европейской интеграции». Необходимость эффективной коммуникации имеет под собой и юридическую основу и закреплена в Хартии Европейского союза по правам человека, которой гарантировано право всех граждан на информацию о европейских делах. В принципе коммуникация с населением является одной из основных задач европейских институтов с целью укрепления доверия общества к европейскому проекту в целом. После отрицательных результатов референдума по европейской конституции во Франции и Нидерландах (май 2005 г.) и последовавшее неприятие Лиссабонского договора Ирландией (июнь 2008 г.), которые ярко показали недостаточность коммуникационных механизмов между населением и евроинститутами, ЕС принял ряд мер по их совершенствованию. Эти меры были направлены на улучшение каналов информирования общества о политике Евросоюза и о том, какое влияние она оказывает на повседневную жизнь. Более того, граждане стран ЕС получили расширенные возможности по выражению своего отношения к тем или иным действиям Брюсселя. В частности, в 2012 г. была создана Европейская гражданская инициатива, которая позволила жителям напрямую предлагать новое законодательство, выдвигать инициативы и принимать активное участие в обсуждениях [Communication Policy, www]. Фактически эти меры стали свидетельством трансформации информационной политики ЕС (направленной на внутреннюю публику), когда населению разъясняли суть предпринимаемых шагов, в коммуникационную политику [Nesti, Valentini, 2010], когда появились механизмы обратной связи и были налажены модели взаимодействия.

По своей сути информационно-коммуникационная политика имеет целью реализацию демократических прав граждан. В этой связи в ЕС был разработан и одобрен проект регуляторных мер электронных средств коммуникации, который направлен на усиление конкуренции, стимулирование инвестиций и продвижение свободы выбора для потребителей, чтобы граждане имели возможность доступа к разносторонней информации и могли принимать «информированные решения» [Regulatory Framework, www]. Однако сегодня перед ЕС, по мнению Х. Ниминен, стоит сложная задача: выработка моделей реагирования на вызовы, создаваемые цифровизацией и глобализацией коммуникации. Традиционная политика в сфере коммуникаций была основана на двух положениях, которые сегодня потеряли свою актуальность. Во-первых, существовало секторальное разделение медийной индустрии на печатные и электронные СМИ, телекоммуникации и записанные носители информации, для каждого из которых существовали свои регуляторные механизмы. Попыткой решения этой проблемы стала именно вышеописанная нормативная база электронных средств коммуникации, в которой объединены телевидение, радио и телекоммуникации. Во-вторых, СМИ больше не ограничены государственными границами, что означает снижение возможностей национальных органов по контролю над их деятельностью, что вызывает опасения по поводу распространения неприемлемого контента (например, из США в ЕС). Здесь возникает необходимость выработки нового международного режима регулирования распространения медийного контента [Nieminen, www].

Заключение

В Европейском союзе ясно осознают потенциал воздействия средств массовой информации на общественное сознание и их возможности по формированию отношения населения к политике Брюсселя, его деятельности на внутреннем направлении и внешнеполитическом

треке. В контексте нагнетаемого британскими СМИ евроскептицизма и последовавшего «брексита» Еврокомиссия добилась ощутимых результатов в разработке мер по улучшению взаимодействия с населением посредством совершенствования механизмов информационно-коммуникационной политики. Новые тенденции, связанные с цифровизацией и распространением ИКТ требуют не только политической реакции, но и усиления исследовательского интереса к проблеме изучения медийного пространства интеграционных объединений.

Библиография

1. Anderson P., Weymouth T. *Insulting the public? The British press and the European Union*. Routledge, 1999. 240 p.
2. Clement A.A. Reporting on the “ever closer union”: narrative framing in national news medias and resistance to EU integration // *Eastern Journal of European Studies*. 2015. No. 6(1). P. 123-135.
3. Communication policy. European Parliament. URL: <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/144/communication-policy>
4. Hawkins B. Media coverage of the European Union is key to understanding Eurosceptic attitudes within the UK. URL: <http://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/media-coverage-of-the-european-union-is-key-to-understanding-eurosceptic-attitudes-within-the-uk/>
5. Hodess R.B. *The Role of News Media in European Integration: A Framework of Analysis for Political Science* // *Res Publica*. 1997. Vol. 39. No.2. P. 215-227.
6. Kandyla A., Vrees C. News Media Representations of a Common EU Foreign and Security Policy. A Cross-National Content Analysis of CFSP Coverage in National Quality Newspapers. URL: <https://www.nodo50.org/multitudesonline/NEWSME~1.pdf>
7. Meyer C.O. Asymmetric and Asynchronous Mediatisation: How Public Sphere Research Helps to Understand the Erosion of EU Consensus Culture. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.533.7963&rep=rep1&type=pdf>
8. Nesti G., Valentini C. *Public Communication in the European Union: History, Perspectives and Challenges*. Cambridge, 2010. P. 49-53.
9. Nieminen H. Communication and information rights in European media policy. URL: http://www.researchingcommunication.eu/book11chapters/C03_NIEMINEN201516.pdf
10. Olausson U. Towards a European identity? The news media and the case of climate change // *European Journal of Communication*. 2010. No. 25 (2). P. 138-142.
11. Regulatory framework for electronic communications. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:124216a>
12. Triga V., Vadratsikas K. The Impact of Media Representations of the EU and its Policies on European Identity. URL: http://www.cohesify.eu/downloads/Cohesify_Research_Paper_3.pdf

Political aspects of the media of the European Union: from information to communication

Dmitrii R. Fatykhov

Postgraduate,
Moscow State Institute of International Relations (University)
of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation,
119454, 76, Vernadskogo av., Moscow, Russian Federation;
e-mail: d.fatykhov@gmail.com

Abstract

The article is devoted to the study of the mass media influence on the integration process in the European Union. The relevance of this topic is determined, firstly, by the media's ability to shape the

public's perception of current events and decisions, both on the domestic level and in the sphere of foreign policy. Today this capacity is growing due the fast development of information and telecommunication technologies (ICT). Secondly, the scientific interest lies in investigating opposition and interaction of two concepts, national and supranational, in European media content. Both factors directly or implicitly influence the public discourse on European integration, as well as on the opinion of citizens about the very idea of European unity and, consequently, strengthen or weaken European cohesion. The main methods used in the article are case-study, text analysis and expert assessments. With the example of "Brexit" the author examines the connections between the media coverage of European events and the public perception of the place of their country in the EU in the context of the formation of European identity. Based on the analysis of the European scientists' approaches to this problem the author concludes that "Brexit" has influenced the European Commission's decision to strengthen communication with the society and led to the transition from information to communication policy, which enables direct participation of citizens in the decision-making process.

For citation

Fatykhov D.R. (2018) Politicheskie aspekty media-prostranstva Evropeiskogo soyuza: ot informatsii k kommunikatsii [Political aspects of the media of the European Union: from information to communication]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 7 (5A), pp. 48-53.

Keywords

EU, media, integration, European identity, information, communication.

References

1. Anderson P., Weymouth T. (1999) *Insulting the public? The British press and the European Union*. Routledge.
2. Clement A.A. (2015) Reporting on the "ever closer union": narrative framing in national news medias and resistance to EU integration. *Eastern Journal of European Studies*, 6(1), pp. 123-135.
3. Communication policy. European Parliament. Available at: <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/144/communication-policy> [Accessed 10/10/2018]
4. Hawkins B. Media coverage of the European Union is key to understanding Eurosceptic attitudes within the UK. Available at: <http://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/media-coverage-of-the-european-union-is-key-to-understanding-eurosceptic-attitudes-within-the-uk/> [Accessed 10/10/2018]
5. Hodess R.B. (1997) *The Role of News Media in European Integration: A Framework of Analysis for Political Science*. *Res Publica*, 39, 2, pp. 215-227.
6. Kandyla A., Vrees C. News Media Representations of a Common EU Foreign and Security Policy. A Cross-National Content Analysis of CFSP Coverage in National Quality Newspapers. Available at: <https://www.nodo50.org/multitudesonline/NEWSME~1.pdf> [Accessed 10/10/2018]
7. Meyer C.O. Asymmetric and Asynchronous Mediatisation: How Public Sphere Research Helps to Understand the Erosion of EU Consensus Culture. Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.533.7963&rep=rep1&type=pdf> [Accessed 10/10/2018]
8. Nesti G., Valentini C. (2010) *Public Communication in the European Union: History, Perspectives and Challenges*. Cambridge.
9. Nieminen H. Communication and information rights in European media policy. Available at: http://www.researchingcommunication.eu/book11chapters/C03_NIEMINEN201516.pdf [Accessed 10/10/2018]
10. Olausson U. (2010) Towards a European identity? The news media and the case of climate change. *European Journal of Communication*, 25 (2), pp. 138-142.
11. Regulatory framework for electronic communications. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:l24216a> [Accessed 10/10/2018]
12. Triga V., Vadratsikas K. The Impact of Media Representations of the EU and its Policies on European Identity. Available at: http://www.cohesify.eu/downloads/Cohesify_Research_Paper_3.pdf [Accessed 10/10/2018]