

ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ И ИДЕОЛОГИЯ**Бусько И. В.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Известная марксистская схема представляла общественное сознание как существующее на двух уровнях – обыденном и научно-теоретическом. При этом с «высшим научно-теоретическим уровнем духовных ценностей» отождествлялась идеология. Однако представления об иерархии уровней общественного сознания в данном виде были обусловлены тем, что в советский период анализировавшая общественное сознание философия развивалась в жестких рамках марксистской идеологии. После недолгого периода «деидеологизации» постсоветского общества оказалось, что идеология в любом современном обществе неустранимо присутствует, и вопрос в том, чтобы корректно и обоснованно выявить ее место, источники формирования и специфику функционирования.

В современном философском знании идеология определяется как «Система концептуально оформленных представлений и идей, которая выражает интересы, мировоззрение и идеалы различных субъектов политики – классов, наций, общества, политических партий, общественных движений» [1, с.81]. их отношение к социальной реальности и другим группам. Направлена идеология обычно либо на сохранение сложившихся социальных отношений, либо на их трансформацию. Таким образом, идеология выступает как одна из форм общественного сознания наряду с религией, философией, искусством, правом, моралью. При этом, как и другие формы общественного сознания, идеология представлена как на его теоретически-научном, так и на обыденном уровне. Так же как и другие формы общественного сознания, идеология в отдельно взятом конкретном обществе не существует как нечто монолитное и единое. Как правило, в обществе конкурируют разнородные идеологические течения, причем происходит процесс постоянной интерференции элементов различных форм общественного сознания, их взаимодействие друг с другом.

В современном обществе в отличие от традиционного характер трансформации общественного сознания зависит не только от социальной структуры и накопленного в данном обществе социокультурного опыта, но и, в условиях глобального информационного пространства, от информационного влияния извне. Здесь важно выявить, какие

социальные группы, какие центры информационного влияния и с какими целями вступают в идеологическое противоборство, отстаивая определенные интересы.

И хотя в последние годы в гуманитарном знании стали активно исследоваться явления, выражаемые понятиями «информационная война», «информационное оружие», «информационный повод» и т.п., каждое из них в качестве содержательной характеристики всегда имеет отношение к интересам определенных социальных групп, а следовательно, к определенной идеологии. Другое дело, что субъектами современных идеологических противостояний все чаще выступают не только отдельные, как правило, экономически и технологически могущественные государства и их союзы, но и транснациональные «сетевые» общности, образующиеся в связи с существованием как временных, тактических, так и долговременных, стратегических целей. Метациели таких субъектов в современном мире вполне традиционны – это экономико-технологическое и (или) политико-идеологическое господство. Возможности идеологического воздействия увеличиваются по мере развития информационно-коммуникационных технологий, в которых широко применяются разнообразные средства манипуляции массовым сознанием. И несмотря на манифестируемую неограниченность доступа к любым источникам информации, в реальности информационные потоки в их содержании определяются не отдельными пользователями Интернета, а наиболее влиятельными экономически могущественными медиа-корпорациями.

Таким образом, идеология оказывает существенное влияние на протекающие в масштабах планеты социальные процессы, внедряясь в общественное сознание, проявляясь в его различных формах. В силу антиномичности современного идеологического пространства однозначное достижение целей влияния на общественное сознание в отдельных странах и регионах является проблематичным. Одним из ограничений широкого идеологического воздействия на общественное сознание являются неосознаваемые установки ментальности, которые могут иметь этнонациональное или культурно-цивилизационное происхождение.

ЛИТЕРАТУРА

Семигин, Г. Ю. Идеология / Г. Ю.Семигин // Новая философская энциклопедия. – М., 2001. – Т.2. – С.81.