А.В.Шевченко,
кандидат политических наук, доцент

ГЛОБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ

Информационная модель цивилизационного развития

Информационная доминанта, по мнению специалистов НИИ социального развития при ООН (ЮНДИРС), определяет шесть тенденций современной глобализации: распространение либеральной демократии; преобладание рыночных сил в экономике; трансформация систем производства и рынка рабочей силы; скорость технологического обновления; революция в сфере СМИ; распространение идеологии потребления[1].

В таком случае основанием цивилизации, возникающей в современную эпоху, служит не хозяйственная, национальная или социальная модель, а **информационная**, ориентированная на все человечество как в социальном, так и в культурном и географическом аспектах[2]. По словам И. де С. Пул, современные информационные технологии являются «технологиями свободы» в силу заложенной в них возможности преодолевать границы – физические или юридические, – в результате чего они становятся основным средством распространения демократии. Однако содержание информационных потоков сегодня определяется глобализационной идеологией США.

О масштабах «информационной лавины», обеспечивающей «демонстрационный эффект» в Европе, можно судить по времени присутствия англоязычных программ в телевизионном эфире: 120 тыс. часов в год!

При этом, несмотря на внедренческий метод продвижения демократии, теоретики информационной глобализации, по словам англо-американ-ского исследователя массмедиа М.Прайса, до сих пор не сформировали единого представления об «идеальной Глобальной информационной республике». Одна из причин – нежелание наций и

---

[1] См.: *Илларионов С.И.* Власть информации. М., 2003.

[2] См.: *Арнольдов А.И.* Цивилизация грядущего столетия: культурологические размышления. М., 1997.

народностей расставаться с представлениями о своих национальных государствах как с формой политической и экономической солидарности, отказаться от осознания «единой судьбы», «коллективной идентичности», символической сети общих убеждений, ценностей и правил»[1].

Однако дело, конечно же, не в «нежелании», а в сопротивлении коллективной и массовой психики чуждым формам внешнего предъявления информации, вступающим в конфликт с информационным обществом. Это естественная форма взаимодействия-защиты: каждая цивилизация воспроизводит свою идентичность путем противопоставления, осуществляемого, по словам А.Резлера, с помощью «тонизирующей дихотомии "цивилизация – варварство"»[2].

Нынешняя модель цивилизационного развития принципиально отличается от предшествующих. Последние были национально детерминированы и основаны, согласно М.Прайсу, на представлении о национальном «пузыре идентичности», внутри которого каждое государство в той или иной степени вольно устанавливать правила, контролировать их соблюдение, а равно мириться с содержанием потока информации в пределах своих границ»[3]. Такая позиция создавала препятствия на пути «демократической волны» и не могла не раздражать апологетов глобализации.

Информационная модель основана на специфических свойствах информации, прежде всего, на ее трансграничности, существенно сужающей возможности государства реализовывать свои контролирующие, регламентирующие функции. Неприятие внедренческих информационно-пропагандистских технологий на негосударственном, национально-общественном уровне вызывает недоумение у западных технологов. Раздражение тем более усиливается при критическом настрое западной научной мысли. Вот что показывает, например, анализ статьи британского историка Э.Хобсбаума «Опасности, порождаемые экспортом демократии», написанной после инаугурационной речи Д.Буша. «Политика насаждения демократии по всему миру не только нереалистична, но еще и опасна, – пишет Хобсбаум. – Вера в безальтернативность политики насаждения демократических режимов по всему миру питается импульсами традиционного американского миссионерства и исключительности. Все, что остается на долю американской администрации, – это переделать весь осталь-

---

[1] *Прайс М.* Масс-медиа и государственный суверенитет: Глобальная информационная революция и ее вызов власти государства. М., 2004. С. 280 – 281.

[2] Цит. по: *Панарин А.С.* Философия политики. М., 1996.

[3] *Прайс М.* Масс-медиа и государственный суверенитет… С. 259.

ной мир по образу и подобию этого пресловутого «свободного общества». Подобная идея… призвана служить идеологическим оправданием интервенционистской политики США по отношению к тем странам и государствам, чей политический курс не устраивает американскую администрацию. Весь исторический опыт XX века показывает, что насаждение демократических форм правления провоцирует этнические конфликты и ведет к распаду многонациональных и многоконфессиональных государств»[1].

Трансформационное воздействие глобализации направлено прежде всего на структуру цивилизации, включающую дух народа-строителя, национальную идею и религию, традиции и обычаи, нравственные принципы[2]. Насилие демократией затрагивает сущность цивилизации, под которой, например, Е.С.Троицкий понимает «способы жизнедеятельности входящих в нее народов в экономике, политике, культуре, вере; внутренний источник развития этноса или этносов; совокупность духовных, материальных и нравственных средств, которыми данный народ или семья родственных народов обеспечивает, вооружает соотечественников для эффективного противостояния внешнему миру, оптимального многообразного взаимодействия с другими народами»[3]. В процессе глобализации в зоне глобального информационного захвата оказываются «существо и особенности уникального своеобразия пути развития наций, специфика общественно-производственной технологии, веры, духовной культуры, образов, характеризующих отношение к своему этносу (этносам) и окружающему миру»[4]. Поэтому механизмы воздействия и конечные результаты глобализации радикально различны по регионам и странам. Как замечают П.Бергер и Т.Лукман, «общества обладают историями, в процессе которых возникают специфические идентичности; но эти истории творятся людьми, также наделенными специфическими идентичностями»[5].

Идентичность имеет информационно-коммуникативную природу: она формируется благодаря взаимодействию социальной структуры,

---

[1] Цит. по: *Дмитриев Т.* Бои за вестернизацию. «Экспорт демократии» как сочетание неизжитых иллюзий и мессианского зуда // Политический журнал. 2005. №5. С.68-69.

[2] См.: *Троицкий Е.С.* Концепция русско-славянской цивилизации //Русско-славянская цивилизация: исторические истоки, современные геополитические проблемы, перспективы славянской взаимности. М., 1998.

[3] Там же. С. 22.

[4] *Егоров В.К.* Философия культуры России: контуры и проблемы. М., 2002. С. 427.

[5] *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. М., 1995. С. 51.

индивидуального сознания и организма и детерминирована возникающими при этом отношениями. В завершенном виде идентичность активно влияет на социальную структуру, не только поддерживая, но модифицируя и переформировывая ее.

Эталоны культур и информационные менталитеты

Особенности информационного менталитета объясняют характер отношений между субъектами информационных взаимодействий – государством, обществом и личностью, реализуемых массовыми коммуникациями и СМИ. Специфическая информационная культура обусловливается уникальностью психических, интеллектуальных, эстетических особенностей мышления народа, проявляющихся в мировидении и мировосприятии.

Информациология человека описывает его информационную систему как совокупность элементарных информационных отношений, органов, полей, их следов и т.д. Она является элементарной первоосновой всех вторичных, третичных и других производных процессов и закономерностей, происходящих внутри людей и животных, между ними и вне их. Опираясь на учение И.П.Павлова о безусловных и условных рефлексах, информациология человека рассматривает созданные им сигнальные (информационные) системы как функционирующие неразрывно и в единстве с информационной системой человека. Согласно П.К.Анохину, информационная система человека является не только первичной, но имеет статус основы функционирования нервной системы, результатом деятельности которой, в свою очередь, являются первая и вторая информационные (сигнальные) системы.

Известно основное свойство информации: оторвавшись от объекта отражения, существовать самостоятельно, становиться содержимым памяти[2], т.е. самостоятельно участвовать в психических процессах, трансформируясь в представления, знания, поведение, деятельность. Психофизиолог Л.М.Веккер выделял память как важнейший процесс высшей нервной деятельности, «принципиальное понятие, относящееся к самой структуре информации и принципам ее организации… Адекватность распространения основных общих принципов теории информации на все уровни и виды процессов памяти, включая и психологический их уровень, в настоящее время более очевидна и вызывает гораздо меньше сомнений, чем необходимость и оп-

---

[1] *Цымбал Л. И.* Синергетика информационных процессов. Закон информативности и его следствия. М., 1995. С. 10.

равданность распространения общих принципов информационного подхода на другие психические процессы, даже процесс мышления»[1].

Именно эта чувствительная структура индивидуальной и массовой психики подвергается атаке глобального информациологизма. А.С.Панарин, противник глобальных угроз культурной самобытности и безопасности наций, обнаружил, что «наследуемая культура-память и выстраданная современниками культура-опыт дробится и подвергается выбраковке не только по технологическому критерию, но и по двум более общим признакам: *безразличия к природе и безразличия к морали.* Закрадывается подозрение, что энергия модернизаторских инициатив прямо пропорциональна степени ослабления экологических и моральных запретов»[2].

Глобализация, выступающая синонимом эпохи постмодерна, в качестве эталона культуры выдвигает ее англо-американскую версию. Основными ее признаками являются: гомогенность (отсутствие культурно-ценностного разнообразия); секуляризованный прагматизм (спорят не о вере и ценностях, а исключительно об интересах); центризм – избегание крайностей левого и правого радикализма. В таких культурах общественный прогресс понимается как последовательное очищение системно-функционального механизма общества от всего «нефункционального». За бортом цивилизации остаются наиболее сложные, трудно предсказуемые и управляемые мотивации проявления человеческого духа и культуры. «Речь идет об агрессии простого против сложного, об империализме одномерного начала. Процессы модернизации по западному образцу разрушают высоко сложные связи древних цивилизаций, вызывая инволюционные эффекты варваризации»[3]. В результате мир получает «заводную куклу потребительского общества, управляемую рекламой», которая «вполне соответствует представлениям бихевиоризма об идеально простых системах, где на одной стороне есть "стимул", на другой – "реакция"; а то, что прежде называлось внутренним миром, заменяется пустым понятием "черного ящика"»[4].

Этому типу противопоставляются «смешанная культура» – континентально-европейская, сочетающая черты модерна и архаики. Особой группой являются культуры «традиционного авторитаризма». С позиций антиглобализма для таких культур выступать конкурентами Запа-

---

[1] *Веккер Л.М.* Психика и реальность: единая теория психических процессов. М., 2000. С. 505 – 506.

[2] *Панарин А.С.* Глобальное политическое прогнозирование. М., 2000. С. 264.

[3] Там же. С. 276.

[4] Там же. С. 269.

да на банальной торгово-рыночной основе – значит делать шаг назад, а не вперед. А.С.Панарин, например, видит их призвание в том, чтобы «наполнить новым историческим смыслом демагогические клише Запада: понятия информационного общества, постиндустриальной цивилизации, третьей волны»[1]. Очевидно, что в этой миссии должен быть задействован весь цивилизационный ресурс нации, который наиболее полно представлен понятием «информационный менталитет».

Существует несколько классификаций типов информационных менталитетов. Например, Ю.С.Затуливетер выделяет евроамериканский, евразийский (российский он относит к этому типу) и азийский[2].

В *евроамериканском* доминирует логика, аналитический рационализм, выверенный в жесткой практике бизнеса. Он реализуется в ярко выраженной индивидуалистичной форме взаимодействия с информационной средой. *Евразийский* тип характеризуется неявной выраженностью информационного эволюционизма, определенной сбалансированностью логических и интуитивных проявлений активности. В отличие от евроамерианского типа, евразийский характеризуется самоосознанием личностью себя как неотъемлемой и самоценной части общества. Для *азийского* типа характерна установка на сохранение главной ценности – самопознания человеком собственного внутреннего мира, а не изменения мира материального. В то же время крайности самоутверждения личности в отношении к обществу проявляются не столько в форме индивидуализма, сколько в абсолюте властных иерархий. «Тот, кто властвует, и тот, кто исполняет, делают это на предельных режимах, без дополнительных мотиваций. Отсюда высокий уровень дисциплины и тщательности исполнения сложных информационных процессов»[3]. Считается, что именно этот тип информационного менталитета, основанный на противоречиях внешнего и внутреннего мировосприятия при доминировании последнего, наилучшим образом способен противостоять социокультурным угрозам глобализации и трансформировать ее революционизирующие импульсы в эволюционное развитие. С.Н.Королев отмечает: «Этническая пестрота населения, плотность заселения и жизненные ресурсы создают главную особенность азийского континента. Европейские метрополии приняли все меры для разрушения традиционных коммуникаций – торговых и культурных перекрестков – на континенте. Политические границы повсюду разрезают по

---

[1] *Панарин А.С.* Глобальное политическое прогнозирование. М., 2000. С. 269.
[2] Там же. С. 270.
[3] См.: *Затуливетер Ю.С.* Информационная природа социальных перемен. М., 1998.

живому все этнические общности и создают пространственные культурно-контактные зоны…»[1].

Кто в Азии станет идеологическим проводником информационной эволюции? На эту роль, оттесняя Запад и США, претендует Япония как медиатор, способный урегулировать споры между общинным мышлением и индивидуализмом на всех уровнях, на единых для азиатского континента теоретических силлогизмах. Эта претензия обеспечена рядом веских доводов.

Национальная программа трансформации японского общества в соответствии с вызовами информационной эпохи была разработана правительством в 1972 г. На ее выполнение отводится около 40 лет (до 2010 г.) и планируется затратить от 300 до 5000 млрд долларов. Согласно этой программе, две трети японцев будет занято в сфере научно-технического производства, каждый выпускник средней школы получит высшее образование. Реализация программы позволяет Японии позиционироваться в мировом рейтинге информационно развитых стран «ведущим продуцентом знаний и главным поставщиком высоких технологий»[2]. Естественно, такие амбиции встречают резкое сопротивление Запада, что понуждает Японию вести острую полемику в национальных и международных СМИ.

Основную роль в продвижении информационного империализма «с японским лицом» на азиатском континенте должна сыграть «интеллигенция с американскими, европейскими и японскими дипломами», при этом предлагается существенно сместить геополитический акцент: не «Япония и Азия», а «Япония в Азии»[3].

Евразийский (российский) информационный менталитет имеет собственную социокультурную и психологическую конфигурацию, позволившую известному футурологу Э.Тоффлеру отнести Россию к «медленно думающим» странам, не поспевающим за темпами информатизации мирового пространства, а потому нуждающимся в активной вестернизации. Сопутствующая этому процессу задача – разрушить континентальный славяно-тюркский синтез, навязав его государствам и народам идею «конфликта цивилизаций».

Логичным ответом на внешнее ускорение звучат слова А.С.Панарина: «Пора понять, что между континентальным и морским богатством существует принципиальное отличие. Одно основано на твердых наличностях, на неразрывной связи труда и земли, другое – на

---

[1] *Королев С.Н.* Коммуникационные войны: вчера, сегодня, завтра // Национальные интересы. 2002. № 6. С. 26

[2] *Илларионов С.И.* Власть информации. М., 2003. С. 26.

[3] *Королев С.Н.* Коммуникационные войны: вчера, сегодня, завтра // Национальные интересы. 2002 . № 6. С. 26.

тех или иных разновидностях пиратского ремесла, связанного с технологиями трансферов. Эти различия в экономической природе двух типов богатства тесно связаны с различиями высшего духовного и антропологического порядка. Континентальное богатство требует как раз того типа человека, которого на наших глаза угрожает разрушить вестернизация и либерализация. Русским и тюркам, православным и мусульманам, как и другим народам, являющимся автохтонами евразийского Континента, предстоит осознать особую *континентальную идентичность*»[1].

Основные маркеры информационной идентификации

Ключевыми для различения (идентификации) западной и российской цивилизаций, на которые направлены векторы глобализационных информационных трансформаций, являются пять признаков: 1) отношение к коллективу; 2) отношение к личности; 3) отношение к закону; 4) жизненные ценности; 5) отношение к труду. Альтернативы предпочтений, согласно специфическим идентичностям западной и российской культур, распределяются так: а) индивидуализм – коллективизм; б) личность – государство; в) закон – справедливость; г) материальное – духовное; д) труд для накопления денег – труд для обеспечения жизни[2].

Совокупность вариантов ответов даст комбинированный признак, по которому и различаются разные цивилизации. Его выбор – это изъятие из информационных потоков той информации, которая является «своей» для представителей разных культур.

Для российской цивилизации комбинация признаков испокон веков выглядела так: коллектив выше индивидуума; интересы государства выше отдельного человека; справедливость выше закона; духовные ценности выше материальных; работать следует в меру необходимости, оставляя время для «души». «Западный» набор признаков дает противоположную картину: индивидуум выше коллектива; права человека выше интересов государства; закон выше справедливости; деньги выше душевного комфорта; работать нужно как можно больше, чтобы накопить больше денег[3].

---

[1] *Королев С.Н.* Коммуникационные войны: вчера, сегодня, завтра // Национальные интересы. 2002. № 6. С. 26.

[2] *Панарин А.С.* Глобальное политическое прогнозирование. С. 278.

[3] См.: *Чернавский Д.С., Чернавская Н.М.* Проблема целеполагания и идеологическое единство России / Стратегии динамического развития России: единство самоорганизции и управления: Материалы Первой международной научно-практической конференции. Т. 1 / Под общей ред. В.С.Романова. М., 2004. С. 108.

С.Хантингтон, соотносясь с теориями Г.Лебона, оценивает американскую идентичность как «показательный пример психологической идентичности»[1]. В результате вестернизации информационного пространства России происходит смешение дифференцирующих признаков, хаотизация мотивационно-ценностной сферы общества, размывание «культурного» слоя российской цивилизации.

В Концепции формирования информационного общества в России (1999 г.) были учтены два прогнозных варианта перехода страны к информационному обществу. Первый предполагал повторение опыта европейских государств, когда скорость продвижения к цели финансово обеспечивается за счет 5 – 7% ВВП, а в качественном смысле требует «существенного изменения российского менталитета и переориентации общественного сознания на цели, приоритеты и направления развития, свойственные американскому или европейскому образу жизни»[2]. (Без комментариев…). Второй – «нетрадиционный, неапробированный», ориентирован на «чисто русские критерии и характеристики качества жизни, социально-культурные особенности», при этом требующий для своей реализации «лишь минимальных капиталовложений со стороны государства»[3]. Содержательную основу российского пути составят, согласно Концепции, «историческая преемственность, национальная идентичность, восстановление нравственного сознания, образование единого духовного пространства страны». В итоге, говорится в документе, «Россия может выступить как носитель специфической модели цивилизационного развития, во многом корректирующей западный эталон»[4].

По-разному можно относиться к такому проекту. Но если отбросить скептицизм и оптимистично посмотреть на проблему сквозь призму новой континентальной идеологии, способной восстановить биполярность мира, заново построить систему сдержек и противовесов, то она не покажется столь уж невероятной. Суть последней выражена в манифесте современного евразийства: твердая почва, чувство натуры в противовес виртуальностям лукавого океанического сознания; ясность духовного неба, яркий пламень вдохновительных ценностей взамен постмодернистской болезни «рассеянного склероза», порождающей невнятицу смыслов и мотивов[5].

---

[1] *Хантингтон С.* Кто мы?: Вызовы американской национальной идентичности. М., 2004. С. 8.

[2] Концепция формирования информационного общества в России // Кашлев Ю., Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях. М., 2002. С. 391.

[3] Там же.

[4] Там же.

[5] *Панарин А.С.* Глобальное политическое прогнозирование. С. 275.

Новая континентальная идеология обеспечивает функционирование новой геостратегической вертикали, которая в современных теориях евразийства образуется взаимными притяжениями России и Индии как величайших евразийских цивилизаций. Таким образом возникает «вселенский рычаг», применив который человечество сможет изменить вектор эволюции, созданный американским и западным постмодерном.

Национальные системы массовой информации

Взаимодействие информационных менталитетов реализуется посредством национальных (или транснациональных) массовых информационных систем. Отражая сущность культур, национальные СМИ являются инструментом эффективного и рационального социального управления. Глобализм в сфере коммуникаций по лекалам американской культуры представляется, по мнению М. Прайса, новой торгашеской сферой сбыта и инвестиций, где информация из ключевого элемента национальной самобытности превращается в еще один товар «ширпотреба». Унификация информационного пространства требует укрепления защиты прав человека и демократических ценностей. Глобализация же изменяет роль СМИ в сохранении национальной самобытности государства и народа.

Государства, втянутые в main-strim «демонстрационного эффекта», постепенно утрачивают возможность контролировать направление и содержание информационных потоков. Ситуация усугубляется рассогласованием трансформационных процессов в системе национальной журналистики и в общественном сознании массового потребителя информации.

Так, российская аудитория, с одной стороны, оказалась неспособной воспринять «журналистику факта», а также образовательную, научную журналистику, апеллирующую к рациональной, интеллектуальной сфере массового сознания, с другой стороны – бесконечно повысила спрос на легковесные развлекательные информационные продукты, агрессивно вытесняющие из СМИ собственно журналистику; приняла информационно-коммуникативную технологию формирования «повестки дня» с тем содержанием, которое вкладывается ее западными составителями, осуществляющими «информирование» населения как достижение потребного психологического эффекта. В этом, собственно, и заключается суть вестернизации национальных коммуникаций с помощью информации: поставить под вопрос национальное бытие как таковое, что есть суть вопроса о цивилизационной идентичности России, о ее праве «быть

непохожей на Запад, иметь собственное призвание, судьбу и традицию»[1].

На наш взгляд, в информационном выборе России ярко выразился кризис евразийской информационной идентичности, представляющий угрозу национальным менталитетам евразийского континента. Тщетно искать объяснения этому феномену в социологии, праве или морали. Требуется специфический – информациологический анализ глобальных информационных систем, где национальные СМИ выступают гигантскими ускорителями информационного обмена, относительно которого народы с евразийской информационной ментальностью не имеют адекватных акцепторов результата действия и механизмов адаптации.

С помощью массовой информационной системы глобализация «растворяет человека в человечестве», лишает его, по словам Д.Мейеровица, «чувства места», освобождает от груза социальных и психологических зависимостей. «Театром информационных действий» для столкновения цивилизаций становятся виртуальные пространство и реальность, продуцируемые СМИ как социальным институтом, стоящим в одном ряду с национальной культурой, системой образования, семьей, государством.

В кругах исследователей журналистики высказываются предложения рассматривать и саму виртуальную реальность как особый вид социального института, определяющего «правила внутри себя и во имя себя» на основе лингвистических законов. В такой ипостаси она наиболее удовлетворяет требованиям глобализации, нивелирующей, а то и уничтожающей особенности традиционных социальных институтов. Журналист, вовлеченный в процесс производства «глобального демонстрационного эффекта» как компонента глобализации, становится главным кадровым ресурсом цивилизационных изменений. Его задачей становится моделирование новостей в соответствие с «глобальным замыслом». В результате, по справедливому замечанию С.Л.Страшнова, «человек информируемый вытесняется человеком моделируемым; в постиндустриальном обществе… поле объективно-динамической журналистики сужается»[2].

Эта разница особенно заметна в условиях информационного бума, когда информация не успевает «отстаиваться» в знания, что ведет к потере критичности восприятия, снижению интеллектуализации со-

---

[1] *Панарин А.С.* Философия политики. М., 1996. С. 6.

[2] *Страшнов С.Л.* Расслоение современной аудитории по отношению к актуальным фактам // Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире: Материалы научно-практической конференции. Москва, 2 – 5 февраля 2005 г. Ч. 2. С. 264 – 265

знания. Для российской информационной идентичности оперирование со специфическими показателями нейропсихологической деятельности имеет особое значение. На них указывал в своих исследованиях академик И.П.Павлов, описывая ум русского человека: «…он не способен воспринимать действительность как таковую. Для него существуют только слова. Его условные рефлексы координированы не с действиями, а со словами»[1]. Еще раньше об этой особенности русских писал Н.А.Бердяев, анализируя их языковую природу: «Мы заколдованы словами и в значительной степени живем в их царстве. Слова действуют как самостоятельные силы, независимо от их содержания. Мы привыкли произносить слова и слушать слова, не отдавая себе отчета в их реальном содержании и их реальном весе. Мы принимаем слова на веру и оказываем им безграничный кредит»[2].

Исследования национальной информационной ментальности подтвердили, что вторая сигнальная система в структуре высшей нервной деятельности русскоговорящего индивида доминирует абсолютно, определяя его способности к ощущениям и восприятию мира, формирование понятий о нем, позволяя абстрактно мыслить, познавать общее, всеобщее и необходимое. Отсюда – совершенно особенное отношение русских к слову и языку, его сакрализация, почти иррациональная вера в написанное, и высокий уровень фрустрации вследствие потери доверия к средствам массовой информации.

Новое мироустройство существенно изменяет назначение и возможности журналистики. С развитием информационных технологий СМИ обретают новые системные свойства, все более претендуя на роль средств массовой коммуникации (СМК). Речь идет не об отдельной функции СМИ, а об изменении сущностного свойства массовой информационной системы. Развитие информационных технологий позволило ввести коммуникатора (журналиста) внутрь канала информационного обмена, откуда он в системе СМИ был выведен, вследствие чего и самим СМИ не обеспечивался коммуникативный статус. Очевидно, в развитой информационной среде можно поставить знак тождества между СМИ и СМК. В таком случае правомерно утверждение, что журналистика является квинтэссенцией профессионально организуемых массовых коммуникаций.

Эта тенденция отмечена и в России. Например, радио «Эхо Москвы», проведя в 2004 г. исследование слушательских предпочтений, вывело на первое место не новости, не музыку, не слухи и скандалы, как это было в предыдущие годы, а прямую коммуникацию в эфире,

---

[1] *Павлов.И.П.* Рефлекс свободы. М., 2001. С. 115.

[2] См.: *Бердяев Н.А.* Слова и реальности в общественной жизни. СПб., 1995.

когда человек имеет возможность в интерактивном режиме дать оценку обсуждаемой теме или персоне, проголосовать, выразить эмоцию – то есть через журналиста войти во взаимодействие с аудиторией «Эха».

Социальная идентификация – важнейший процесс, преломляющий восприятие мира, влияющий на последующую модель поведения. В условиях социальных перемен изменяется и структура идентичности, что сказывается на адаптационных возможностях индивида и его поведении по отношению к тем, кого он относит либо к «своим», либо к «чужим». Эффект многократно усиливается СМИ, формирующими общественные настроения и состояния различными методами: убеждения, подражания, заражения и пр. При этом проявляется *коллективистская идентификация*, имеющая единство мотивации в формировании взаимоотношений на основе принципов, внедренных в том числе и с помощью СМИ.

«Репертуарное меню» таких воздействий составляется в соответствие со стадиями идентификации. В детском возрасте – с семьей, детсадом, школой. На культурном уровне ребенок сравнивает себя с героями сказок, животными. У экрана телевизора, домашнего видео или компьютера трех-четырехлетние малыши уподобляются героям «телепузиков», а дети постарше находят стимулы к подражанию в мультфильмах с разным манипулятивным содержанием – от «ужастиков» до звездных войн и «мультяшных» боевиков.

В подростковом и юношеском возрасте происходит усложнение идентификационных стимулов. Психология использует для их выделения психосемантический подход, позволяющий определить способность молодого человека конструировать социальное поведение на основе многочисленных, но, прежде всего, смысловых параметров. Эти же основания используют и СМИ для овладения молодежной аудиторией. Чаще всего эксплуатируется так называемый кризис идентичности – потребность юношества в преданности чему-то и потребность в отрицании. Анализируя этот феномен, Э.Эриксон отмечает, что в «околодвадцатилетнем возрасте молодые люди, даже при отсутствии явной идеологической вовлеченности или интереса, отдаются с преданностью отдельным лидерам и группам, напряженной деятельности или сложным делам… в направлении того социального фронтира, где наиболее оживленна борьба между консерватизмом и либерализмом. На таком фронте идеологи делают свою трудную работу, а психопатические лидеры – свою грязную работу; но там же подлинные лидеры заняты созиданием значимой солидарности»[1].

---

[1] *Эриксон Э.* Идентичность. Молодой Лютер. Психология самосознания. Самара, 2000. С. 521.

Применив эту формулу к современной информационной политике, скажем, что пока ни первые, ни последние не преуспели на ниве созидания, в отличие от несомненных психопатических информационных лидеров – агрессивной рекламы, кровавых психологических триллеров, имбецильных боевиков.

Такова технология создания СМИ идентификационных матриц. Их фиксируемый спектр широк – от эффективных воинствующих систем с унифицированными членами и целями до более «мягких» – ненавязчивого предложения определенного образа жизни или мировоззрения, созвучных доступному знанию и пониманию. Оба варианта транслируют заданное мировоззрение, определенную экзистенцию или концептуальную логику. Принцип реализации технологии прост: чем более общий характер носит информация, тем успешнее и быстрее она передается и заимствуется. Сегодня масштабы псевдо-культурного вторжения в информационное пространство России как со стороны «мировых референтных групп», так и доморощенных информационных киллеров настолько велики, что процесс обретает характер угрозы денационализации населения.

Какой журналист нужен России?

В условиях глобализации эволюционный процесс согласования информационной и социальной идентичности не соответствует темпам информационных обменов. Поэтому остро стоит проблема управления идентификациями личности и общества. Основной вопрос: как выявить представления индивида о себе, его личностные особенности, которые спрятаны за собственно групповыми проявлениями, такими как интересы, статусы и т.д. Затрудненная самоидентификация индивида может быть фактором, влияющим на идентичность. Но и поиск собственной общности с последующим разделением на «своих» и «чужих», потребность в групповой идентичности может усугублять процесс ментальной идентичности на высоком, национально-культурном или государственном уровне.

Нетрудно заметить, что обеспечение этой социальной потребности взывает к опеке национальной журналистики, которую обществу предстоит заново взращивать. Для общества принципиально важен выбор журналистом социальной позиции, то есть ясное осознание, чьи интересы он представляет, отстаивает, чьи информационные потребности удовлетворяет. Годы социально-политических реформ и свободы печати не сформировали из российского журналиста поборника ни национальных, ни государственных интересов. Нынешняя система подготовки и переподготовки специалистов не поднимает

их до осознанного выбора собственной социальной позиции, оставляет ее неотрефлексированной. Поэтому она либо формируется интуитивно, либо настолько слабо осознаваема, что сама связь с социальными группами видится как необязательная. Этот процесс характеризуется несовпадением миссии журналистики с направленностью конкретных профессиональных действий журналиста.

Массовое проявление именно такого профессионального самоосознания и самоопределения породило профессиональный нарциссизм, характеризующийся неприязненным отношением журналистов к аудитории. Так, опрос студентов факультета журналистики МГУ показал, что 41% из них характеризует телеаудиторию, используя резко негативные определения. При этом *дизсоциальными воспитательными институтами* являются прежде всего корпоративные журналистские сообщества.

Кризисное состояние журналистики требует изменения модели журналиста, наполнения ее новым качественным содержанием, формирования иных структурных и иерархических связей в системе «социум – журналист – личность – аудитория». Новая модель требует нетрадиционных подходов, которые подсказывает эдукология – особый междисциплинарный комплекс интегрированного знания, вбирающий в себя человека не только в объеме и содержании предмета педагогики и педагогической науки, но человека как целое.

Наднациональное положение прессы показывает, что государственный образовательный стандарт не обеспечивает достижения целей подготовки профессионала, затребованного современным обществом. Вследствие общего снижения качества преподавания в вузах в программу вместо знаний зачастую закладываются лишь представления; умения сводятся к выполнению отдельных профессиональных операций; автоматизм навыков проявляется в негативном социальном контексте профессионализации.

Необходим анализ критериев качества журналистского образования. Сегодня они в большей степени (при существенном игнорировании личности обучаемого) ориентированы на получение результата в зоне потенциального развития студента, что допустимо в сфере среднего образования, но недостаточно в высшей школе. На наш взгляд, высшее журналистское образование можно считать качественным, если его результаты соответствуют операционально заданным целям и спрогнозированы в зоне социальной востребованности будущего специалиста.

Ориентируясь на западные образовательные стандарты, организаторы российской высшей школы игнорируют тот факт, что системообразующим началом российского образования является его духов-

но-интеллектуальный смысл. Образование без воспитания не формирует человека, а разнуздывает и портит, ибо дает в его распоряжение жизненно важные возможности, технические умения, которыми он – бездуховный, бессовестный, безверный и бесхарактерный – начинает злоупотреблять. Формальная образованность вне веры, чести и совести создает не национальную культуру, а разврат пошлой цивилизации.

Это замечание имеет особенный смысл, если представить творческую лабораторию журналиста как инструмент создания информационных полей и оперирования с ними, а журналистскую деятельность – как «подстройку» посредством производимого информационного продукта к индивидной или массовой психике и сознанию. В силу своей специфики – актуализировать социально значимые темы по показателю стрессированности (сенсационность, эпатажность, ценностно-смысловая дезадаптация и т.п.) – СМИ формируют «специфический тип культуры межличностных и социальных отношений» – *эгоцентрический,* не свойственный российской ментальности.

Разрастание масштабности явления подтвердили исследования Б.С.Братуся, изучавшего психологические типы личности в русской и советской культурах с целью выявления изменений нравственного сознания социума (1994 г.). Исходя из доминирующего способа отношения к себе и другому, он выделил несколько принципиальных уровней в структуре личности: первый – *эгоцентрический,* второй – *группоцентрический,* третий – *просоциальный (гуманистический*). Их взаимодействие исследователь выражает такой схемой: «Если на первом уровне другой человек выступает как вещь, как подножие эгоцентрических желаний, если на втором – другие делятся на круг “своих”, обладающих самоценностью, и ”чужих“, ее лишенных, то на третьем уровне принцип самоценности человека становится всеобщим»[1]. Психотип личности переходного (сегодняшнего, реформенного) периода развития общества в ее деятельностном проявлении определяется как потребностно-мотивационный и, следовательно, траектория его динамики – дрейф между первым и вторым уровнями. Иными словами, это путь к утрате дифференцирующих признаков своей культурной идентичности.

В этой связи остро стоит практическая задача: научение журналистов эмпатии, т.е. постижению эмоционального состояния, проникновению-вчувствованию в переживания другого человека. Надлежит формировать и такие профессионально важные качества, как *понимание* и *ответственность* в их смысложизненном содержании. На наш

[1] *Братусь Б.С.* Психология. Нравственность. Культура. М., 1994. С. 158.

взгляд, «понимание» отражает состояние переживания личностью удовлетворения или неудовлетворения потребности по показателю «Я-для других» (информационная теория эмоций П.В.Симонова), т.е. исполнения обязанности как реализации присущего личности права по показателю «Я-для себя». Поскольку этот процесс сопровождается, согласно аристотелевским представлениям, *ощущением приятного* и *осознанием полезного*, то, социализируясь, индивид стремится обрести чувство уверенности в своей способности соответствовать общественному запросу на него как личность.

В этом контексте иначе формулируется содержание диалектической оппозиции «свобода – ответственность», столь лелеемая профессиональным журналистским сообществом. Полная реализация идеала свободы – когда внешняя ответственность полностью замещается самоответственностью личности, и эта самоответственность становится принципом существования общества. Ответственность (долг) присутствует в структуре социального как польза, благо для человека. Основываясь на адекватном понимании социальной и политической жизни личностью и общественным сознанием, ответственность в журналистике является одним из механизмов соединения интересов личности, общества и государства.