В.А. Дякону

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПСИХОАНАЛИЗ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Впервые термин «коммуникативный психоанализ» введен Ю. Хабермасом, который «вскрывает согласие людей друг с другом и с самим собой в их дискурсивной практике»[1]. Данное «вскрытие» Хабермас проводит с помощью «коммуникативной рациональности», откуда следуют проблемы «коммуникативной зрелости», «коммуникативного разума» и т. п. при рассмотрении двух, порожденных саморефлексией и вышедших за рамки философии сознания методов: 1) «рационального конструирования по готовому образцу», т. е. на основе «коммуникативной рациональности», связанного «с программой реформирования сознания»; 2) «самокритика», саморефлексия, когда сознание «ориентировано на анонимную систему, на «подсознательно обоснованное… восприятие и поступки. «На примере истолкования в духе коммуникативной теории психоанализа хорошо видно, как оба метода – конструирование по единому образцу и самокритика – объединяются в рамках одной и той же теории»[2]. Обращаясь к когнитивной психологии и психоанализу, рациональность рассматривается им в неразрывной связи с иррациональностью, сознание – с неосознанным и бессознательным. Согласие и гармоничное состояние между людьми как продукт коммуникации, дискурса достигается, прежде всего, под воздействием бессознательного, его взаимодействия с предсознательным (подсознательным) и сознательным. Ю. Хабермас в «мотивационных проблемах закрепления» пишет о взаимодействии «Я» и «Сверх-Я», считая что «структуры «Сверх-Я» допускают анализ в базовых социально-когнитивных терминах». В отличие от Фрейда, у которого «Сверх-Я» – это цензор поведения, у него структуры «Сверх-Я» – это механизмы контроля за поведением. Таким образом, взаимодействие сознательного, предсознательного и бессознательного надо рассматривать, как единое целое и в рамках одной теории.

---

[1] *Канке В.А.* Основные философские направления и концепции науки. М., 2004. С.101.

[2] *Хабермас Ю.* Философский дискурс о модерне. М., 2003. С. 310.

Коммуникативный разум власти как результат «коммуникативного действия» повышает свою «коммуникативную компетентность» и моральную ответственность за счет «развертывания» дискурса в двух масштабах – «историческом» (по ступеням реальной истории) и «топическом» (учитывает «ширину истории»). Социальные проблемы являются содержанием того и другого. Исторический дискурс, затрагивающий «глубины истории», не может не обращаться к социальному бессознательному, к диалогу между «Я», «Сверх-Я» и «Оно». «Топический» же дискурс охватывает определенный, чаще данный, сегодняшний исторический срез, находящий свое отражение, прежде всего и главным образом в социальном сознательном, в состоянии общественного сознания[1]. Социальный и коммуникативный психоанализ опираясь на общий, классический психоанализ позволяет вскрыть противоречия между психическим содержанием власти и народа. Его основное достоинство состоит в том, что он способствует раскрытию социальных общностей, системы власти, гражданского общества, коммуникативной природы.

Кроме того, коммуникативный психоанализ – это метод исследования коммуникативно-психологических механизмов взаимодействия между социальным бессознательным и сознательной деятельностью людей, где важнейшую роль играют СМИ, информационная политика. Это учет «подотчетных и неподотчетных рефлексов» в социальных явлениях, согласно теории рефлексологии академика В.М. Бехтерева[2]. Это психоанализ социального общения в системе: Власть – Информационная политика – Народ[3]. Теоретико-прикладная основа данного направления состоит в раскрытии механизмов: а) вытеснения и сопротивления; б) доверия и отчуждения; в) адаптации; г) консенсуса и т. д.

В настоящее время особо остро стоит вопрос о разработке и выделении психоаналитической модели информационной политики, учитывающей механизмы взаимодействия между сознательным, подсознательным и бессознательным. Как правило, в России применение подобных технологий осуществляется лишь при

---

[1] См.: *Попов В.Д.* Парадоксы в судьбе России (коммуникативный психоанализ власти и общества). – М., 2005.

[2] См.: *Бехтерев В.* Общие основы рефлексологии: 3-е изд. Л., 1926.

[3] См.: *Попов В.Д.* Тайны информационной политики: социокоммуникативный психоанализ информационных процессов: Монография. Изд. 2-е, доп. и перераб. М., 2006.

проведении рекламных и предвыборных кампаний, где субъектом являются преимущественно частные структуры или коммерческие организации, ставящие своей целью продвижение своих кандидатов в органы власти, продажу определенного товара и получение материальной выгоды и т. д.

По нашему мнению, важнейшим условием эффективного управления, выработки стратегии, тактики реформ, их реализации на практике, выстраивания информационно-коммуникативных отношений является изучение и учет базовых общественных идеалов, отражающих менталитет народов России. Для этого необходимо: во-первых, выявление базовых ценностных ориентиров современного российского общества, естественным образом соединяющих историческое прошлое, настоящее и будущее; во-вторых, формирование на их основе государственной идеологии как инструмента, обеспечивающего экономическое, духовное и геополитическое развитие России, учитывая, что идеология «общества потребления» без развития духовных потребностей переживает цивилизационный кризис; в-третьих, разработка соответствующей государственной информационной политики, обеспечивающей не только социальную, имиджевую поддержку власти, но и корректировку своей деятельности в соответствии с принципом единства социально-экономической, культурной и коммуникативной идентичности, отражающим связь между менталитетом, национальным характером всех народов России и характером проводимых в стране преобразований.

Эмпирическую основу выявления ценностных ориентиров развития современного российского социума составляют, в частности, материалы отечественных социологов, специализирующихся на изучении различных компонентов массовой психики[1].

Данные опросы показывают, что идеал социальной справедливости – стержень общественного идеала и по большому счету

[1] Материалы Института комплексных социальных исследований Российской академии наук на тему: «Новая Россия: десять лет реформ (1991–2001)» и «Граждане новой России: кем себя ощущают и в каком обществе хотели бы жить? (1998–2004)», «Социальная политика и социальные реформы глазами россиян (2006)», а также результаты исследований Социологического центра Российской академии государственной службы при Президенте РФ на тему: «Ценности социальной справедливости в массовом сознании россиян (2004)»; «Источники и очаги социальной напряженности в российском обществе» (2006); результаты опроса Фонда общественного мнения «Духовность вчера и сегодня» (16–17 декабря 2006 г.), Всероссийский опрос ВЦИОМ 10–11 марта 2007 г.

он предполагает не материальное равновесие, а равенство социальных возможностей, включающее в себя равенство в получении образования, медицинского обслуживания, юридических услуг, доступа к информации, а также прочих социальных благ. Однако, материалы аналитического доклада Института социологии РАН показывают, что 90% россиян не раз сталкивались с несправедливостью, причем 44% из них испытывали это чувство часто, что свидетельствует о «кризисе идентичности» между базовым общественным идеалом, отражающих менталитет народов России и современной российской действительностью.

В какой степени за 2006 год россияне переживали различные чувства, ***в %***[1]

Чувства	Часто	Иногда	Практически никогда
Испытывали страх перед будущим из-за ситуации на работе	20,0	44,0	32,0
Чувствовали собственную беспомощность повлиять на происходящее вокруг	33,0	49,0	17,0
Чувствовали несправедливость всего происходящего вокруг	44,0	46,0	9,0
Чувствовали, что дальше так жить нельзя	30,0	47,0	22,0
Чувствовали надежную поддержку близких и коллег, знали, что они придут на помощь, если понадобится	42,0	46,0	11,0

Социальная справедливость в представлении россиян обусловливает наличие некоторых других социально-психологических характеристик, например: а) социальную чуткость и сострадательность; б) веру в то, что тяготы социальной ответственности в разных формах обязаны нести все члены общества, а не только его низы.

Ученые убедительно доказывают, что в основе каждой из сфер жизни народов России лежат «ментальные основания», «ментальная проблематика». В ментальные основания целостности Рос-

[1] Аналитический доклад Института социологии РАН: «Социальная политика и социальные реформы глазами россиян». М., 2006. В таблице не указаны затруднившиеся ответить. Цифры приведены с учетом пенсионеров.

сии входит межэтническая, межнациональная, межрелигиозная коммуникация. В ее укреплении (разрушении) активно участвует информация. В национальной судьбе России в культуре и менталитете народов России существенно сказывается «религиозная специфика». Менталитет во многом детерминирует «русский путь в экономике», «политическую биографию» нашей страны[1]. Менталитет народов России как единого целого есть единство экономической, социальной, политической, национальной, культурной, религиозной идентичности. Свое содержание он хранит в глубинах российского коллективного бессознательного, глубинной психологии. И, как следствие, встает проблема идеологической и информационной идентичности в контексте проявлений менталитета.

Данные обстоятельства обусловливают необходимость, в том числе методом социокоммуникативного психоанализа, более глубокого исследования глубинной психологии, менталитета всех этносов, населяющих Россию, и в целом российского суперэтноса с тем, чтобы наиболее грамотно разрешать социальные, межэтнические, межрелигиозные конфликты, учитывать диалектику федеральных и региональных, государственных и муниципальных интересов, корректировать содержание реформ в центре, а главное – в российской глубинке. Для этого требуется адекватная общегосударственная, региональная, муниципальная информационная политика и реализация ее на базе психотерапевтической функции массмедиа, массовой культуры и массовой коммуникации. Однако этому мешает отсутствие стратегии развития общества, государственной идеологии, общественного идеала. Отсюда расплывчатость критериев оценки информационной политики, концепций деятельности СМИ.

В настоящее время работа по выявлению лучших глубинных ментальных черт в характере современного российского социума, их проекции на методы социального управления, на содержание реформ, на практику государственного регулирования массмедиа, на содержание информационной политики является весьма перспективным направлением. В частности, правда и совесть, как весьма сильные мотиваторы и регуляторы поведения людей на глубинном уровне, носят скрытый характер, но их результаты наблюдаемы и очевидны при применении психоаналитических методик. Совесть как критерий массового поведения сегодня, как утверждают многие

[1] См.: *Егоров В.К.* Философия культуры России: контуры и проблемы. М., 2002. С. 52.

ученые и политики, не работает. Конечно же, важную роль играет оценка и самооценка народом, обществом результатов реформ, политики государства. Например, процесс адаптации населения России к рыночным отношениям – это внутренняя борьба каждого в отдельности и всех вместе. Используя термины Фрейда, это борьба между «Оно» и «Я» с посредничеством «Сверх-Я», где срабатывает также «вытеснение» и «сопротивление».

В настоящее время при осуществлении информационной политики как в масштабах всей страны, так в особенности на региональном уровне, все более актуальным представляется использование коммуникативного психоанализа. Его потенциал состоит в исследовании коммуникативного и информационного пространства России, вскрытии причинно-следственных связей по вертикали и горизонтали власти межэтнического, межкультурного, межрелигиозного взаимодействия, состояния социальной структуры, общественного сознания под естественным давлением российского бессознательного. Попытаемся представить алгоритм коммуникативного психоанализа информационной политики.

Он включает в себя, во-первых, оценку состояния коммуникации и обмена информацией населения, региональных общностей, национальных групп между собой, а также с властью; во-вторых, выявление неформальных лидеров групп, сообществ, общин и их отношение к органам власти; в-третьих, анализ не только количественных характеристик национального состава населения, но и изучение особенностей менталитета, культуры, глубинной национальной психологии (обычаев, нравов, традиций, архетипов и мифов), особенностей национального характера; в-четвертых, анализ официальных и неофициальных, открытых и латентных источников информации, отношение к публикациям в прессе, мотивации к созданию собственных СМИ; в-пятых, информационно-коммуникативную коррекцию менталитета – изменения в психике социума на уровне сознания и бессознательного, изменения в национальном характере, глубинной психологии, в менталитете народа на основе информации и коммуникации, при помощи журналистики, деятельности массмедиа, информационной политики в целом[1], в-шестых, психограмму народов России и региональных общностей, т. е. определенной «этнопсихологической географии»[2].

---

[1] Подробнее см.: *Попов В.Д.* Социальная информациология и журналистика: Учебное пособие. М., 2006.

[2] См. там же.



В результате предполагается выработка конкретных практических рекомендаций по предупреждению возможных конфликтов и возникновению точек бифуркации, для достижения общенацио-

нального интереса России. При формировании и реализации информационной политики, в особенности на региональном уровне, весьма значимым, на наш взгляд, представляется акцентуация на общих фундаментальных ценностях всех диаспор, общностей, национальных групп, для чего и необходима разработка психограммы национального состава страны, области, каждого города и муниципалитета. Выявление, анализ и учет общезначимых ментальных ценностей (к примеру, принцип социальной справедливости, коллективизма, взаимовыручки, доверительности, доброты и т. д.) – основа государственной информационной политики.

Таким образом, современные условия выдвигают перед наукой и практикой ряд новых проблем. Они во многом касаются неизвестных ресурсов в сущности человека и социума. Одним из них является коммуникативно-информационный ресурс, заложенный в сфере бессознательного, его взаимодействие с сознанием, коммуникативным разумом. Сегодня уже очевидно, что использование информации может давать как положительные, так и негативные результаты – от локального информационного противоборства до развертывания информационных войн, столкновения цивилизаций. Поэтому в современных условиях для исследования информационных процессов недостаточно имеющихся подходов, в частности, общего, социального и политического психоанализа. Необходим коммуникативный психоанализ как один из методов науки – социальной информациологии, позволяющий раскрыть коммуникативную природу власти, характеристики социальных общностей, гражданского общества, исследовать коммуникативно-психолгические механизмы взаимодействия социального бессознательного и сознательной деятельности людей, где одну из ключевых функций выполняют средства массовой информации.