

СОЦИАЛЬНОЕ НАСИЛИЕ И ТОЛЕРАНТНОСТЬ: РЕАЛЬНОСТЬ И МЕДИА-ОБРАЗЫ

Дискурсы психотипологических континуумов профессиональных сообществ журналистов

Алевтина ШЕВЧЕНКО, зам. зав. кафедрой информационной политики Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации

В соответствии с Декларацией принципов толерантности (Генеральная конференция ЮНЕСКО, 1995 г.) толерантность понимается как "психологическая или социально-психологическая характеристика индивидов и социальных групп, проявляющаяся в их взаимодействии с другими индивидами или социальными группами"³¹. Это весьма общее понятие, требующее раскрытия содержания тех отличительных - характерных - свойств, которые описываются, т.е. характеризуются.

А.Г. Асмолов выделяет ряд существенных черт толерантности коммуникативных систем, рассматривая конструкт "оппозиция - монокультура - поликультура", связанных с наличием цели как важнейшим биологическим и социально-психологическим рефлексом человечества. К моноцелевым культурам он относит религии (в частности, христианскую и мусульманскую), представляющие собой идеологическую систему, лишенную неопределенности. Будучи историческим регулятором социальной толерантности, религия выступает как "великий коллективный психотерапевт, в полную силу используя механизм снятия неопределенности в различного рода ситуациях"³².

Как известно, свойство "снятия неопределенности" имманентно принадлежит информации, что выражается в ее социальной функции - информирования. Она реализуется в деятельности средств массовой информации как социального института, призванного обеспечивать важнейшую человеческую потребность - в общении. Возникает вопрос: правомерно ли рассматривать СМИ в качестве коллективного психотерапевта социальной толерантности, учитывая современное состояние российского общества, переживающего социально-стрессовое расстройство³³? По психодиагнозу Б.С. Братуся, это "общество, находящееся одновременно в агонии старого и муках рождения нового, это общество краха, слома одной идеологии и культуры и несформированности еще культуры другой"³⁴. Каково состояние массовых коммуникаций такого общества, которые подпитываются средствами массовой информации? Например, И.М. Дзялошинский в упоминаемой нами работе выделяет следующие характеристики "современной бытовой культуры межличностных отношений" - социоцентрической: отказ от личностности, индивидуальности, самостоятельности в сфере производственной и общественно значимой деятельности, сознательное растворение себя в каком-нибудь "мы" - реальном или вымышленном; подозрительность и агрессивность ко всем, кто не "мы"; недоверие к материальному благополучию, зависть к богатым; неуважение к праву, правовым институтам общества; фатализм, переходящий в нигилизм и др.

Этот перечень, обусловленный различными социальными стрессовыми расстройствами, может быть продлен, но оснований достаточно, чтобы сделать некоторое обобщение со сказанным ранее: современная система информационно-коммуникативных отношений относится к полицелевым, где табуирующая (религиозная, моральная, правовая) компонента существенно размыта, а общественные и политические институты имеют многоцелевую ориентацию с множеством конечных вариантов развития. Между тем, они, по замечанию А.Г. Асмолова, укладываются в весьма узкий коридор семантического континуума, определенного оппозиционными архетипическими категориями "фундаментализм -

либерализм".

В психологии эти категории определяются как фиксированные образы мышления, навязываемые при развитии личности в культуре³⁵. Оба понятия основаны на глубинных геополитических и психологических стилях (ментальностях) мировидения и мироощущения, состоящих из паттернов социального приятия/неприятия другого, что, в соотношении, собственно, и характеризует уровень толерантности/интолерантности социума.

Справедливо рассматривая толерантность как инструмент либерализации общественного сознания, освобождения его от установок фундаментализма, следует иметь в виду степень готовности и способности общества к восстановлению устойчивости и целостности паттернов признания "ценности иных", которая обретается с участием естественных механизмов психологической защиты, включающихся всякий раз, когда возникает момент выбора в бинарной оппозиции "свой - чужой".

Таким образом, социальные коммуникации, маркированные паттернами приятия иного, ожидают наполнения такой информацией, которая бы померялась толерантностью как "мерой совместимости в мире разнообразия" (А.Г. Асмолов), направляла интенциональные потоки коммуникантов в русло культурного (ментального) разнообразия. И.М. Дзялошинский, выделяя ряд причин интолерантного поведения³⁶, указывает, что толерантность - не только нравственная характеристика, но и специфическая технология взаимодействия людей, которая обеспечивает достижение целей через уравнивание интересов, убеждение сотрудничающих сторон в необходимости поиска взаимоприемлемого компромисса. При этом исследователь высказывает гипотезу о том, что "есть социальные структуры, изначально нацеленные на агрессию, и структуры, ориентированные на переговоры, поиск согласия, на компромисс"³⁷.

Разделяя это предположение, распространим его на институт средств массовой информации как наиболее значимый для обеспечения содержанием массовых коммуникаций. К этому есть ряд оснований.

1. Каждый народ достоин своей прессы

В силу своей специфики - актуализировать социально значимые темы по показателю стрессированности (сенсационность, эпатажность, ценностно-смысловая дезадаптация и т.п.) - СМИ активизируют основные факторы интолерантности: усиливают общую или специфическую ситуацию напряженности, при которой повышается агрессивность и нетерпимость социальных групп или отдельных индивидов; формируют "специфический тип культуры межличностных и социальных отношений" - эгоцентрический. Это утверждение подводит нас к исследованиям 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 самооценностью, и "чужих", ее лишенных, то на третьем уровне принцип самооценности человека становится всеобщим"³⁸. 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.

С этих позиций посмотрим на профессиональное сообщество информаторов, обеспечивающих информационные потребности в массовых коммуникациях, - журналистов. Логично предположить, что здесь также произошли определенные ценностно-мотивационные сдвиги, поскольку без соответствующей корреляции системных отношений никакая структурная трансформация в информационно-коммуникативной системе была бы невозможна.

Напомним, что профессия - это исторически возникшая форма деятельности, необходимая обществу, для выполнения которой человек должен обладать суммой знаний и навыков, иметь соответствующие способности и профессионально-важные качества. Психологи отмечают, что зачастую человек выбирает определенную профессию именно потому, что она соответствует его индивидуальности, проявленной в сфере интересов и склонностей, чувств и воли, в ассоциативно-эмоциональной сфере. Способности личности к профессиональной деятельности В. Шадриков определяет как отдельную психическую функцию, одно из базовых качеств психики, конкретизирующее общее свойство мозга отражать объективный мир³⁹. В профессиональной деятельности отражается весь спектр динамических состояний психотипа - рисунок личности (по М.Е. Бурно), акцентуация (по К. Леонгарду), психопатия (по И.В. Боеву).

Как известно, профессиональный потенциал журналиста имеет физиологическую и личностную основу, которые могут быть диагностированы и оценены по показателям динамики психотипов⁴⁰. Согласно психолого-педагогической теории биосоциальной динамики психотипов В.Б. Титова - И.В. Боева это достигается путем разнесения континуума специалистов, занятых информационно-производящей деятельностью в системе СМИ, по выделенным группам психотипов - эпилептотимики, шизотимики, истеротимики, циклотимики. (Дабы не вызвать нечаянное непросвещенное негодование наших читателей, скажем, что, например, "наше все" - Александр Сергеевич Пушкин относится к шизотимическим циклотимикам, а обладание любым из нас признаками определенного психотипа так же естественно, как резус-фактором или группой крови). По характерным признакам, описанным в сходных исследованиях П.Б. Ганнушкина и А.Е. Личко, выделяются и исследуются различные состояния обследуемых: психическая и психологическая норма, пограничное состояние, пограничная аномальная личность (ПАЛ), патологическая психическая конституция (ППК), патологическая личностная конституция, психопатия. Косвенными признаками определения доминирующих психотипов современной журналистики явились особенности текстов печатных СМИ, стиль передач электронных СМИ, публичная рефлексия и саморефлексия ряда ведущих журналистов, рассматриваемых как референтная группа исследования.

Не вдаваясь в подробности исследования, отметим, что в основном профессиональный корпус современной российской журналистики представлен:

- шизотимическим психотипом в патологии - некоторые показатели диагностической дифференциации: отличается социально-психологической дезадаптацией, ограниченным психическим и психологическим ресурсом, имеет низкий уровень барьера индивидуальной психической и психологической адаптации; устойчивость к стрессовым и внешним воздействиям невысока;

- циклотимическим психотипом - нестойкость увлечений, сочетающаяся с временной - колебание фаз и состояний! - жадой деятельности и высокой работоспособностью; циклические изменения эмоционального фона, настроения; низкая ответственность; высокая самонаблюдаемость; устойчивость к воздействию социальной среды; психологическое место наименьшего сопротивления - непереносимость одиночества,

однообразной размеренной жизни, кропотливого труда. Умеренно выражена толерантность к внешним факторам, что приводит к нарушению индивидуального барьера психической и психологической адаптации и истощению физиологического ресурса;

- истеротимическим психотипом в норме и пограничном состоянии. Дифференциальный диагноз устанавливается по базовой черте - отчетливо выраженной тотальной демонстративности, определяющей совокупность иных свойств⁴¹. Применительно к журналистской деятельности выделим субъект-объектную несамостоятельность - истеротимики зависимы от паранойяльных личностей (преобладающий психотип в политике). Эта зависимость проявляется весьма своеобразно: его неумное продуцирование идей адресовано паранойяльному, реализующему их, типу, что обеспечивает альянсы политиков и журналистов, а также определяет кадровый состав пресс-служб различных управленческих структур. Ситуация усугубляется зависимостью мышления истеротимика от авторитарного паранойяльного: он склонен видеть реальность в свете его установок, поэтому с энтузиазмом включается в пропаганду чужих взглядов. Но в силу характерного непостоянства выходит из игры так скоро и таким образом - вспомним "выход" раннего НТВ из-под президента Ельцина! - как это диктует его базовая психотипическая особенность. Заметим, что полиидеологичность российского информационного пространства во многом обеспечивалась именно этими особенностями современной журналистики.

Вне зависимости от авторитета, быстро загораясь какой-либо идеей, истеротимик так же быстро охладевает к ней. Эта особенность ярко проявилась, например, в неумении большинства "пишущих" редакторов осуществлять информационный менеджмент в полном объеме, что способствовало попаданию редакций в экономическую, финансовую и политическую зависимость от учредителя или властной структуры. Обладая завышенной самооценкой и поверхностной иррациональной психической защитой, истеротимики в журналистике легко принимают не только эмоциональную, но и экономическую компенсацию, не оценивая ее как идеологическую или политическую зависимость, что объясняет такой постперестроечный эффект, как повторное огосударствление российских СМИ.

К массе (читай - коммуникативной аудитории) истеротимики, как и паранойяльный тип, относятся субъект-объектно. Следствие: истероиды плохо чувствуют массового "другого", поэтому практически не имеют обратных связей (благоприятный фон деятельности обеспечен юридическим правом редакций селекционировать информационный поток, направленный от адресата, и не отягощать себя перепиской с читателями).

Еще одна особенность истеротимиков - потребность во множестве интеллектуальных и чувственных контактов, способных обогатить его презентационное проявление эксклюзивными новостями, модными высказываниями, сенсационными разоблачениями и пр. Понятно, что самореализация специалистов, отнесенных к этому психотипу, определяет преобладание в российском информационном пространстве "желтой" прессы, наилучшим образом соответствующей потребностно-мотивационному уровню общественного типа.

Качественная пресса, а также сохранившаяся ведомственная (например, военная печать), значительно уступающая ей в информационном и аудиторном объеме, - это обиталище журналистов эпилептотимического психотипа. Его отличают скрупулезная педантичность, аккуратность; стабильная устойчивость, уравновешенность; высокая степень правдивости (можно даже сказать - правдолюбия), законопослушности, ответственности с характерной для нее напряженной деятельностью,

наблюдательность, высокая чувствительность к социальным средам, способность к перевоплощениям, имитации. Эпилептотимики в норме и даже в ПАЛ длительное время сохраняют высокую работоспособность, выдерживают стрессовые нагрузки. Обладают высокой толерантностью к внешним неблагоприятным факторам, быстро адаптируются к изменяющейся социально-психологической среде, сохраняя при этом приверженность базовым нравственным установкам. Они не из тех, кто "изменяют принципам", поэтому на эпилептоидах держится партийная печать (конечно, если сами партии идеологически устойчивы). Вообще психологическая наука относит эпилептотимику к человеку идеи.

Зная эту особенность эпилептотимики (также как и паранойяльного психотипа) - не делать резких движений в перемене ценностных ориентаций, брать ответственность на себя, можно объяснить, почему в эпоху реформ многие журналисты старой советской закалки оставили профессию, не сумев приспособиться к атмосфере "рыночного" политического плюрализма в СМИ. Оттоком эпилептоидов из активной сферы массово-информационной деятельности можно объяснить и скудость отечественной аналитической журналистики.

Однако огосударствление СМИ, скорее всего, вновь востребует именно этот психотип, что обусловлено характерной потребностью эпилептоида в воздействии властной структуры и высокой степенью доверия к печатному слову вообще. Но его присутствие в силу некоторых количественных характеристик не будет столь ощутимо, чтобы вести речь о серьезных качественных изменениях журналистики. По наблюдениям психологов⁴² (справедливость которых автор, будучи журналистом с весьма почтенным стажем, распространяет и на медийное сообщество), носителями эпилептотимического психотипа являются примерно 75% мужчин и 25% женщин. В российской журналистике гендерные соотношения, наверное, еще меньше, чем обратные. И кто сегодня осмелится сказать, как изменить кадровую политику информационно-коммуникативной отрасли, чтобы ликвидировать психотипологический дисбаланс в социальной структуре, обеспечивающей (?) стабильность общественного развития?..

Впрочем, грядущие трансформации системы отечественных СМИ, на наш взгляд, будут связаны с психологической коррекцией типологических черт журналистов посредством изменения структуры информационно-коммуникативной системы. Но это тема другой статьи. Мы же вернемся в день сегодняшний, запечатленный "шершавым языком газет".

2. Язык СМИ как социальный стрессор

Исследователи языка СМИ совершенно определенно говорят об увеличении доли субъективности в информационном дискурсе, при которой функция воздействия СМИ на общественное сознание и массовую психику начинает превалировать над другими функциями. Заимствованный у западных журналистов сенсационно-развлекательный, эпатажирующий аудиторию стиль современной журналистики оказывается скверно совместимым с ментальностью российского массового читателя. Создается "сплошной дикурс, который подавляет личность и формирует тоталитарный тип сознания"⁴³. Эта тенденция ярко проявляется в очерченном нами психосемантическом коридоре - от фундаментализма мышления (и языка!) к либерализму. Убедимся в этом на конкретном примере.

В рамках российского проекта исследования толерантности автору довелось принимать участие в изучении агрессивных воздействий языка средств массовой информации на психологическое состояние населения и возможностей психологической коррекции социальных стрессовых расстройств информационно-

психологическими (психолингвистическими и психосемантическими) методами. Были использованы ассоциативные методики оценки семантических полей, тестовые методики определения эмоциональной сферы аудитории СМИ, психолингвистический анализ печатных средств массовой информации, семиосоциопсихологический метод изучения взаимодействия коммуникатора (СМИ) и реципиента (аудитории СМИ).

Разговор о языке как главном инструменте журналистики уместно начать с утверждения Р.М. Блакара о том, что "язык есть инструмент социальной власти". При этом под социальной властью понимается возможность структурировать и обуславливать опыт другого лица. Но власть может осуществляться и через язык - информационно воздействуя на восприятие и структурирование мира другим человеком. "Социальное воздействие использующего язык определяется по его результатам или последствиям, совершенно независимо от того, является ли результат преднамеренным или нет"[44](#).

При обработке слова в процессе информационного обмена проявляются, как правило, три компонента внутреннего состояния: во-первых, референциальная функция, во-вторых, ассоциативный компонент, в-третьих, эмотивный аспект. Обычно они действуют одновременно, взаимовлияя друг на друга, создавая тем самым у получателя единый образ. Восприятие и понимание, рождающиеся у получателя, зависят от того, как пользуется языковым элементом отправитель, имеющий определенный габитус[45](#), в нашем случае - журналист.

Четвертое основополагающее свойство языка отличается от трех компонентов тем, что оно проявляется через индивидуально пользующегося языком иначе. Но не будем забывать, что собственно язык более или менее явно отражает господствующую структуру социально-политической власти и неизбежно принимает некоторую точку зрения, т.е. чью-либо сторону. Даже толковые словари представляют определенное понимание содержания и смысла, преобладающего в обществе, в конкретный временной период.

Если принять это во внимание, отмечает Р.М. Блакар, то не удивительно, что именно в моменты кризисов и резких перемен мы замечаем, как язык осуществляет свою власть над нами. Ведь отношение между языковым обозначением и обозначаемым явлением условно, а языковые ярлыки - только выражения социальных договоренностей по использованию языка. Именно они позволяют нам выбирать, какое обозначение мы свяжем с конкретным явлением, пока действует наше соглашение. Примените этот подход к блатнизации языка, засилию ненормативной лексики вообще - все станет ясно без комментариев. Кроме одного, блакаровского: заставить аудиторию или население принять те обозначения, которые устанавливает коммуникатор (СМИ, политик, некая субкультурная группа и др.) - это весьма важный акт социальной власти[46](#).

Чтобы не быть голословными, приведем пример лингво-политологического анализа, проведенного Информационно-исследовательским центром "Панорама", Московской Хельсинкской группой и Фондом защиты гласности в пяти регионах России (Краснодарский край, Кемеровская, Пермская, Рязанская области и Санкт-Петербург). Его цель - выявить степень агрессивных воздействий языка средств массовой информации - "языка вражды" - на социальное напряжение в обществе и психологическое состояние населения. Интерпретация количественных результатов исследования проведена автором данной статьи.

Были проанализированы полугодовые подшивки пяти ежедневных газет в каждом регионе, при этом специально разделялись авторы материалов (журналисты - 288 чел.) и персонажи - т.е. те, кому принадлежит в тексте "язык вражды" (политики,

госчиновники, сотрудники правоохранительных органов, общественные активисты, рядовые граждане и др. - всего 182 чел.). Выявлено, что объектами "языка вражды" в средствах массовой информации (всего 774 упоминания) являются "любые не русские" - 94 обращения, народы Кавказа и Закавказья - 73 обращения, евреи -71, турки-месхетинцы - 53, американцы - 51, народы Азии - 44 обращения, и далее еще по 25-и "адресам" в порядке убывания (заметим, что в список не включались беженцы и вынужденные переселенцы, что, несомненно, вывело бы эту категорию населения в первую пятерку объектов вражды).

За единицу анализа социально-психологической информации был принят смысло-факт как категория, наиболее удовлетворяющая условию перехода денотативного значения слова к коннотативному смыслу, т.е. тем индивидуальным связям слова, которые соответствуют аффективным состояниям человека в данный момент. Рассматривались возможности психологической коррекции социальных стрессовых расстройств информационными, информационно-психологическими (психолингвистическими и психосемантическими) методами.

Исследование текстовых массивов (545 сообщений), отобранных по признаку "языка вражды", показало, что семантическое (информационное) поле настоящего, создаваемое средствами массовой информации, имеет определенную временную глубину, включающую "психологическое прошлое" "психологическое настоящее" и "психологическое будущее". Именно в нем, в этом информационном поле, реализуется триада враждебности (гнев, отвращение, презрение), составляющая сущность "языка вражды". То есть, посредством слов определенного содержания и эмоциональной окраски модулируются психологические состояния читающей аудитории и формируются адекватные отношения к тем, на кого направлен "язык вражды". При этом достигается двойной эффект воздействия: прямой и, что, собственно, и является целью исследуемой воздействующей коммуникации, опосредованный, направленный на массовое сознание читающей публики.

Подробное описание "триады враждебности" как психологического феномена можно найти в книге Кэррола Е. Изарда "Эмоции человека", изданной в Москве в 1980 году. Исследователь отмечает, что весьма обычной, хотя, может быть, и не универсальной, причиной гнева является чувство физического или психологического препятствия чему-то, что мы очень хотим сделать (физические помехи, правила, законы или собственная неспособность). Другие причины гнева включают в себя личные оскорбления, повседневные фрустрации, прерывание ситуаций интереса или радости, обман, принуждение сделать что-либо против желания. Гнев вызывает напряжение, по силе уступающее только напряжению при страхе, а также значительно более высокий уровень уверенности в себе, чем при любой другой отрицательной эмоции. (Заметим, что в этом случае мы можем говорить и о нарастании напряжения в информационном поле). В ситуациях гнева страх как по абсолютным значениям, так и по рангу ниже, чем в любой другой отрицательно-эмоциональной ситуации, гнев подавляет страх. В состоянии гнева человек куда менее способен контролировать себя, чем при других эмоциональных переживаниях. Поэтому чрезвычайно опасны транслируемые СМИ прямые призывы к насилию (таких в исследованных публикациях было обнаружено 20), призывы к насилию в виде общественных лозунгов (10), призывы к разного рода дискриминации объектов "языка вражды" (58), призывы к властям и общественности не допускать закрепления мигрантов на новых территориях (75). Оказавшись под воздействием публикаций, вызывающих гнев, читатели в лучшем случае испытывают дискомфорт от своей неспособности выразить соответствующим образом справедливый гнев, что, заметим, может мешать ясному мышлению, ухудшать отношения и приводить к психосоматическим расстройствам. В худших случаях происходят силовые стычки "своих" и "чужих" на бытовой почве, рыночные погромы, совершаются другие антиобщественные деяния.

Как показали исследования "языка вражды", СМИ активно влияют на формирование у населения эмоции отвращения - возмущения. Видимо, журналисты, оперирующие соответствующим лексическим инструментом, плохо представляют себе (а может, наоборот - хорошо!) механизм реализации этой эмоции. Когда что-либо вызывает наше отвращение, мы стремимся устранить этот объект или изменить его таким образом, чтобы он перестал быть отвратительным. Поэтому, когда в газетах регулярно встречаются прямые или косвенные утверждения о неполноценности (недостаток культурности, интеллектуальных способностей, склонность к пьянству, лень и пр.) какой-либо этнической или религиозной группы, утверждение ее особой криминальности, моральных недостатков, особого негативного влияния на государственное или региональное управление, непропорциональной представленности в органах управления, бизнесе, прессе и т.д., следует ожидать определенных социальных реакций. Отвращение может быть направлено на идею или на личность, а сопряженное с гневом, может быть очень опасным, поскольку гнев способен вызвать "нападение", а отвращение - желание отделаться от объекта, вызвавшее этот комплекс переживаний.

Следующий компонент триады вражды - "презрение - неуважение". Как он возникает? В основе лежит психологическая готовность индивида или группы к встрече с опасным соперником. Описываемые СМИ ситуации, вызывающие презрение, - те, в которых читателю необходимо чувствовать себя сильнее, умнее, культурнее, лучше в каком-то отношении, чем презираемое лицо. Почву, питающую презрение, создают и материалы, вызывающие зависть, ревность, соперничество. Психологи отмечают, что когда презрение обращено на других людей (или на себя), трудно обнаружить в этой эмоции что-либо положительное или адаптивное. Презрение - основная эмоция во всех видах предрассудков, включая расовые, при этом наиболее холодная, побуждающая к агрессии. Из-за этих характеристик презрение может стать мотивом убийства и массового уничтожения людей⁴⁷.

Человек, зараженный презрением к людям, обычно деперсонализирует индивид, воспринимает это лицо как нечто второсортное, а то и вовсе не заслуживающего быть человеком. Исследования показали, что формирование неуважения и презрения осуществляется не только жестким "языком вражды" - прямыми и непосредственными призывами к насилию, но и средним, в котором основную эмоционально-смысловую нагрузку несет фактологическая компонента текста - оправдание исторических случаев насилия и дискриминации; утверждение исторических преступлений той или иной этнической группы; указание, с целью дискредитации, на связь с мафиозными и шпионскими организациями и др.

Весьма изощренно влияет на формирование эмоции презрения выделенный исследователями "относительно мягкий" язык вражды, характеризующийся как некорректные высказывания в СМИ. К нему отнесены упоминание названия этнической или религиозной группы в уничижительном контексте, цитирование без должного комментария соответствующих высказываний и текстов и пр.

Известно, что в процессе онтогенеза вместе со значением слова меняется система психологических процессов, которая стоит за словом. Если на начальных этапах его сопровождает аффект, то на следующем формируются наглядные представления памяти, а на последнем этапе оно уже основано на сложных системах вербально-логических отношений. Этот механизм и реализуется в восприятии языка бытового расизма, транслируемого СМИ.

В результате общество в целом переживает различные социально-стрессовые расстройства, а у тех жителей России, которых в исследовании мы назвали "объектом

"языка вражды", развиваются различные хронические аффективные расстройства настроения, невротические расстройства, связанные со стрессом, и соматоформные расстройства⁴⁸.

На наш взгляд, даже одно - а их в последнее время проведено множество! - представленное исследование наглядно подтверждает обоснованность утверждений об асоциальной практике современных СМИ. Естественно, возникает вопрос: что делать, как влиять на разрушительные действия средств массовой информации? В рассмотренном конкретном случае - сознательно регулировать языковую политику СМИ. Известно, что при желании, а в нынешней российской ситуации - при грамотной и корректной работе с редакциями и журналистами, можно активно влиять на динамику изменения семантических полей реципиентов коммуникации или заменять уже сформированные поля другими, тем самым используя средства массовой информации в качестве инструмента социально-психологической коррекции аффективных состояний населения.

Таким образом, сознательно регулируя языковую политику средств массовой информации, можно активно влиять на динамику изменения семантических полей реципиентов коммуникации или заменять уже сформированные поля другим, тем самым используя средства массовой информации в качестве инструмента социально-психологической коррекции аффективных состояний населения. Весь вопрос в том, кто это будет делать? Кадровое положение в современной журналистике удручающее, о чем на февральской (2004 г.) конференции исследователей и преподавателей журналистики, традиционно проводимой журфаком МГУ, с болью говорили не только теоретики, но и практики. Сложность их положения состояла в том, что они не могут только рассуждать о том, что делать - они должны конкретно делать. Журналистов...

3. Журналистская профессия: проблема страхования социальных рисков

В условиях, когда журналистика становится социально опасной - не только для самих журналистов, но и для общества - именно так, на наш взгляд, нужно относиться к задаче подготовки кадров. Существует множество подходов к ее решению, но сегодня важно посмотреть на проблему с точки зрения обеспечения информационно-психологической безопасности в СМИ. В книге с похожим названием - "Информационная и психологическая безопасность в СМИ"⁴⁹, написанной учеными - психологами и журналистами, предлагается основательно заняться массовым медиа-образованием, чтобы каждый оказавшийся в поле воздействия СМИ мог обеспечить свою индивидуальную психологическую защиту. Не думаю, что это эффективный метод обеспечения безопасности, но медиа-образование, как и любое другое, - конечно же, вещь необходимая. Но одновременно, а еще лучше - с солидным опережением надо бы взглянуть на основные принципы и задачи подготовки профессиональных журналистов. Позволим себе высказать собственное видение проблемы.

Для процедуры профессионального отбора абитуриентов-журналистов, думаем, рационально использовать структуру индивидуальности личности В.С. Мерлина⁵⁰. Она описывает иерархические уровни большой системы "интегральной" индивидуальности любой личности, но особенно важна с учетом креативности профессии журналиста:

1. Система индивидуальных свойств организма, включающая подсистемы:
 - биохимические (наследственные факторы);
 - общесоматические (физиологические свойства организма);
 - нейродинамические (свойства нервной системы).

2. Система индивидуальных психических свойств со следующими подсистемами:

- психодинамической (свойства темперамента);
- психологической (свойства личности).

3. Система социально-психологических индивидуальных свойств с входящими в нее подсистемами:

- социальных ролей в социальной группе;
- социальных ролей в социально-исторических общностях.

Как правило, учет специфики первых двух уровней в системе профподготовки осуществляется интуитивно, по внешним показателям или ощущениям студентов (абитуриентов), что особенно негативно сказывается при выборе профессиональной специализации (телевидение, радио, печать). Нередко критерии внешнего подменяют существо творческой личности, к которой мы относим (может быть, с большой долей преувеличения) и журналистов.

Творческой личностью принято считать того, для кого творчество становится смысложизненной ценностью, способом мироовладения и мировосприятия. Однако сложность адекватного использования термина в организации высшего образования содержится в девальвации смысла понятия "творчество", вызванного эпохой постмодерна.

Наиболее эффективный, на наш взгляд, для системы подготовки журналистов ценностно-мотивационный подход к определению творческой личности дает С. Шлемкевич: "Руководствуясь в своей деятельности сознательно-волевыми ориентирами и гарантированной степенью полезности, творческая личность в процессе творчества транслирует свое "Я" в мир, способствуя совершенствованию бытия, дает его новые измерения"[51](#).

В этом определении содержится специфическая модель, по которой мы можем наблюдать корреляции всех трех уровней структуры индивидуальности. При этом третий уровень определяет степень включенности личности в группу и социум, которая предполагает соотношение личностного, общечеловеческого и группового [52](#).

Заметим, что ложно понимаемая категория творчества сегодня становится средством и обоснованием любой, в том числе заурядной инновационной деятельности. "Журналистика становится все более скучной профессией, - замечает О. Павлов, лауреат Букеровской премии 2002 года. - Предсказуемо практически все, что можно прочесть. Почему-то исчезли громкие журналистские имена, на которых и держалась раньше пресса. У каждого такого журналиста была своя тема. Сейчас это исключение..."[53](#). Такое "творческое" состояние объективно нарушает категорию меры творчества, с одной стороны, делая поведение журналиста асоциальным, а с другой стороны, разрушает физиологию журналиста и его личность.

Профессионально важно для журналиста определить свое место в социальной структуре общества, понять сложность отношений между компонентами и уровнями социальной структуры. Это достигается в процессе социализации будущего специалиста, который предполагает:

- последовательное усвоение общественно выработанного опыта, отношений к миру, социальных норм, ролей, функций;

- активную переработку этого общественного опыта под углом зрения своих внутренних позиций;
- становление "образа Я" и выработку у себя как личности, члена общества собственного мировоззрения и реализацию его в собственном опыте взаимодействия с другими людьми;
- участие и вклад индивида в развитие духовных ценностей;
- воспроизводство социальных связей.

Одной из сторон социализации является профессионализация - процесс становления профессионала. Она включает в себя выбор профессии с учетом собственных способностей и возможностей; формирование и осознание себя как профессионала; обогащение профессии за счет личностного вклада; развитие собственной личности средствами профессии.

Как видим, основной упор в системе профессиональной подготовки журналистов должен делаться на самостоятельность (может быть, правильнее сказать - на самостоятельность) студентов, их самоопределение в профессиональном выборе и становлении. Заметим, что в теории образования выделены, но слабо учитываются в образовательном процессе, основные виды самоопределения, которыми должен владеть студент в качестве навыка профессиональной саморефлексии. Это, согласно Е.П. Прохорову, самоопределение жизненное (определение себя относительно общечеловеческих критериев смысла жизни и реализация себя на основе этого самоопределения), личностное (определение себя относительно критериев становления личности и дальнейшая действенная реализация себя на основе этих критериев), социальное (определение себя относительно выработанных в обществе и принятым данным человеком критериев принадлежности к определенной сфере общественных отношений и определенному социальному кругу, ограничение себя некоторым кругом профессий). Полезно, если не сказать - необходимо, уже на вступительном собеседовании, при приеме документов абитуриента на журфак, вызвать у тех, кто почему-либо решил посвятить себя журналистике, процесс саморефлексии, а в дальнейшем, при обучении в вузе, используя мониторинговый режим, наблюдать и корректировать отклонения от социальных стандартов профессии.

Пока же такая работа по формированию специалиста не стала нормой. Исследователь журналистского образования из Казани Е. Дорощук отмечает, что процесс производства личностью глубоко социализированного знания (собственно журналистское творчество) должен протекать в условиях системных образований, характеризующих и творческую позицию субъекта, т.е. журналиста. "Журналистское знание имеет достаточную специфику, чтобы можно было говорить о правомочности существования данного терминологического образования", - заключает автор⁵⁴. Л. Свитич и А. Ширяева, в течение многих лет исследующие становление профессионально важных качеств студентов, подтверждают: "Довольно часто выпускники выходят из стен факультетов журналистики, недостаточно ориентируясь в наиболее актуальных социальных, жизненных проблемах. И самое главное - у многих из них слабо развито чувство социальной ответственности профессии, имеющей особую общественную значимость"⁵⁵.

К сожалению, результаты профессионального образования входят в противоречия с образовательными намерениями. "Общество обозначило спрос на личность активную, творчески мыслящую, обладающую высоким духовным потенциалом, с четко выраженной морально-этической позицией, социальной и нравственной ответственностью, - читаем в одном теоретическом исследовании. - Журналист

выходит на широкую аудиторию, выражая свое отношение к общественно значимым явлениям, стремясь воздействовать на сознание читателя, слушателя, зрителя, повлиять на их поведение. Он не должен и не может полагаться на стихийное формирование позиции, важно вдумчивое осознание освещаемой проблемы"[56](#).

Вот этому-то наши вузы журналистов и не учат! Прислушаемся к мнению опытного журналиста, главного редактора журнала "Москва" Л. Бородина, оценивающего профессиональные навыки коммуницирования ведущих "телевизионщиков" России. На вопрос, какие опасности угрожают сегодня российской культуре, он ответил так: "Власть телевидения, где правят бал те, чей уровень ниже пояса, настоящие полевые командиры смуты. Несколько лет назад образцом хамского отношения к собеседнику был Караулов, правда, сейчас он сменил ампулу. Однако последователей у него предостаточно. Я трижды судим и могу отличить разговор от допроса. Когда в студию к Соловьеву кто-то приходит, я вижу, как он старается как можно больше из него выжать, вызнать, а затем размазать финальной репликой - благо оппонент возразить не в состоянии, ведь его уже нет в кадре. Это ли не самый настоящий допрос?"[57](#).

Для журналиста профессионально важен выбор социальной позиции, то есть ясное осознание, чьи интересы он представляет, отстаивает, чьи информационные потребности удовлетворяет. Именно социальная позиция, по убеждению Е.П. Прохорова, определяет характер журналистской деятельности. Годы социально-политических реформ и свободы печати не сформировали из российского журналиста поборника интересов массового населения. Внимательный исследователь информационных процессов в России Дж. Кьеца заключает: "Плюрализм средств массовой информации носит формальный характер, ...их прямой обязанностью стало следование линии того или олигарха. Пока внешне царят покой и согласие, ничего не происходит. Но стоит только хозяевам переругаться друг с другом, как на страницах газет и на телеэкране разгораются настоящие информационные войны. Зачастую читатели и зрители не в состоянии понять, что произошло, и их словно насильно тянут за волосы то справа налево, то слева направо. Обман чистой воды, и ничего более"[58](#).

Нынешняя система подготовки специалистов не поднимает студента 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 асоциальный тип журналиста. В последние годы исследователи отмечают своеобразное следствие этой тенденции - профессиональный нарциссизм, характеризующийся неприязненным отношением журналистов к аудитории. Так, анкетирование, проведенное среди студентов факультета журналистики МГУ, показало, что 41% опрошенных характеризует телеаудиторию, используя резко негативные определения. Эти представления сложились у будущих журналистов под воздействием таких телепередач как "Окна", "Девичьи слезы", "Моя семья". "Предъявляя зрителю подобные модели поведения как вполне допустимые и даже желательные, авторы передач способствуют размыванию этических норм в обществе"[59](#), - заключают социологи. Что, добавим, создает пагубный фон для профессиональной социализации будущих журналистов, воспринимающих образцы профессионального отношения к социуму.

Заметим, что подобную функцию научения выполняют и печатные издания: "Студент-журналист, читая прессу, учится" - так назвал свою публикацию московский исследователь Ю. Трошкин, заключивший по результатам опроса 340 будущих

журналистов, что "...те, кто регулярно, систематически и много читает периодику, осознанно рассматривает такое чтение как серьезную форму обучения, формирования профессиональных навыков собственного мастерства"[60](#). Известный телеведущий Дмитрий Киселев, вернувшийся в отечественный эфир после нескольких лет работы на украинском телевидении, считает, что эфир "стал более циничным и пошлым"[61](#).

Таким образом, можно констатировать, что сегодня корпоративные журналистские сообщества выступают как диссоциальные воспитательные институты не только по внешним (воздействие на социум), но и по внутренним функциям. Думается, формирование недостающего чувства социальной ответственности как профессионально важного качества - важнейшая задача высшей школы.

Кризисное состояние журналистики, являющейся и социальным институтом, требует изменения модели специалиста (журналиста), наполнения ее компонентов новым качественным содержанием, формирования иных структурных и иерархических связей в системе "социум - журналист - личность - аудитория". Новую модель следует строить на базе нетрадиционных подходов, которые нам подсказывает эдукология - особый междисциплинарный комплекс интегрированного знания, вбирающая в себя человека не только в объеме и содержании предмета педагогики и педагогической науки, но человека как целое.

Асоциальность 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.

Очевидна необходимость анализа целей (ЗУН) для изменения критериев качества журналистского образования. Сегодня они в большей степени (при указанном выше существенном игнорировании личностных особенностей студента) ориентированы на получение результата в зоне потенциального развития студента, что допустимо в сфере среднего образования, но недостаточно в высшей школе. На наш взгляд, можно считать высшее журналистское образование качественным, если его результаты соответствуют операционально заданным целям и спрогнозированы в зоне социальной востребованности будущего специалиста.

Удачную схему реализации ценностно-ориентированного личностного подхода к организации образования журналистов на примере формирования чрезвычайно актуального для открытого общества ПВК - мира профессионального общения (МПО) приводит исследователь из Оренбурга Л. Анпилогова[62](#). Логика процесса заключается, по ее мнению, в последовательном развитии способности студентов к выбору способов творческого моделирования и самопроектирования общения. Он осуществляется на основе сравнительно-сопоставительного анализа их собственной позиции с общепринятыми и научно обоснованными нормативами общения. Профессиональное общение журналиста определяется как креативно-аксиологическое межсубъектное взаимодействие, координирующее действия общающихся посредством взаимопонимания и созидания духовной общности людей в профессиональной деятельности.

Это достигается в процессе подготовки студентов при последовательной реализации ряда положений. На первое место автор выводит осознание студентами содержания мира профессионального общения. Он представляет собой познавательный комплекс, который состоит из целостной системы знаний об общении, информативно включающей философский, психологический, педагогический и филологический блоки

и ориентирующей на будущую профессиональную деятельность журналиста. Процесс формирования МПО должен носить исследовательский характер и подкрепляться научно-методическим обеспечением, ориентированным на диалог в обучении. Он акцентирует внимание не на результатах усвоения, а на анализе процесса достижения. Задача вуза - привить обучающемуся способности самостоятельно думать, принимать решения, анализировать жизненные и профессиональные ситуации, выбирать правильные решения.

Следует признать, что системообразующим началом российского образования является его духовно-интеллектуальный смысл. Образование без воспитания, как подчеркивает современный исследователь педагогики А. Андреев⁶³, опираясь на аксиомы российского образования А.И. Ильина, не формирует человека, а разнуздывает и портит, ибо дает в его распоряжение жизненно важные возможности, технические умения, которыми он - бездуховный, бессовестный, безверный и бесхарактерный - и начинает злоупотреблять. Формальная образованность вне веры, чести и совести создает не национальную культуру, а разврат пошлой цивилизации.

В вузах забыто, что такое психограмма (психические качества, желательные для эффективного выполнения профессиональной деятельности, общения, профессионального роста, преодоления экстремальных ситуаций в труде, характеристика мотивационной, волевой, эмоциональной сферы журналиста).

Заметим, что психограмма позволяет по-новому выстроить психологический курс ("Психология журналистской деятельности", "Психология творчества" и др.), вычленив свой предмет, отличный от предмета медиа-психологии. Психограмма описывает мотивы, цели, задачи, потребности, интересы, отношения, ценностные ориентации специалиста, его психологические позиции. С ее помощью фиксируются профессиональные притязания, самооценка, самоосознание студентом себя как профессионала.

Регулярно выстраиваемая психограмма позволяет регистрировать эмоции, психические состояния, эмоциональный облик будущего специалиста. Уже в процессе ознакомительной и далее - производственной практики студентов психолог может констатировать степень их удовлетворенности трудом, его процессом и результатом. Учитывая большую энергозатратность журналистской профессии, важно дать студенту фиксируемые психограммой психологические знания о труде, профессии. На ее основе логично выстраивается курс тренингов, в которых закрепляются психологические действия, способы, приемы, умения, техники, психотехнологии, отражающие влияние профессии на самого журналиста и на других.

Применение психограммы на стадии подготовки журналистов - в школах юных корреспондентов и т.п. - позволяет эффективно изучить профессиональные способности, степень обучаемости, открытости профессиональному росту; профессиональное мышление, в т.ч. - креативность будущего журналиста. Психограмма учитывает и психологические противопоказания, т.е. те психические качества, которые абсолютно или относительно несовместимы с профессией, а также качества, отсутствие которых может быть компенсировано. Очевидно, что количество часов на психологический комплекс дисциплин должно быть увеличено - именно потому, что он носит воспитательно-образовательный, коррекционный характер.

Справедливое замечание высказала по этому поводу О. Нескрябина (Красноярский университет): "...социально-психологическое знание сводится к набору разрозненных эффектов воздействия людей друг на друга, внимание акцентируется на изучении средств манипулирования, а не на овладении методами социальной аналитики. В студенческой аудитории дает о себе знать присущая журналистам эйфория от

ощущения своего могущества. При этом представление о внушаемости людей завышенное, неидентифицированное и не проецируемое на себя"[64](#).

Иначе нам придется серьезно задуматься над уже существующей социальной проблемой - защиты населения от СМИ, а следовательно, и от журналистов, которые объективно будут переходить в разряд маргинальных профессиональных сообществ.