

УДК 070.1.: 159.923.2.

ТИПОСИНДРОМ «ОРАНЖЕВОГО» ЖУРНАЛИСТА – «ВЕДОМЫЙ «СВІДОМИЙ»

Вербицкая Ю.А.

Актуальность. В последнее время научно-исследовательские интересы интеллектуальной элиты современности – социальных философов и психологов, культурологов, социологов и политологов – сосредоточены на изучении особенностей, закономерностей и тенденций развития информационного общества. За рамками своей специализации представители гуманитарного экспертного сообщества тождественны в рефлексивном осмыслении постиндустриальной действительности, фокусируя внимание на ее гуманистических и аксиологических аспектах. Фиксируя несомненные достижения новой эпохи развития цивилизации (ускорение прироста знаний, интенсификация информационных процессов в обществе и т.д.), нельзя не заметить и обратную сторону происходящей информационной революции. Зачастую одно из ключевых понятий информационной эпохи – «виртуальная реальность» – употребляется в негативном контексте, символизируя нечто фальшивое, лишённое подлинности и аутентичности, а в общественном сознании превалирует фиксация отрицательных артефактов и феноменов данной психоисторической ситуации. Так, французский философ Ж. Бодрийяр характеризует современное общество как общество потребления, где циркулируют симулякры – вторичные копии, лишённые оригинала: «Сегодня вся система склоняется к недетерминированности, любая реальность поглощается гиперреальностью кода и симуляции. Именно принцип симуляции правит нами сегодня вместо прежнего принципа реальности. Целевые установки исчезли, теперь нас порождают модели. Больше нет идеологии, остались одни симулякры» [1, с. 44]. А. Панарин отмечает характерную для постмодернизма подмену онтологии семиологией, обозначаемого обозначающим, реальности – знаком: «Постмодернизм онтологично подменяет семиологией – экраном языка, надёжно и радикально отделяющим нас от сырого материала действительности, о котором никто из нас, растворённых в текстах культуры, ничего вразумительного сказать не в состоянии» [8, с.207]. И. Панарин подчеркивает тотальный характер информационных войн: «На наш взгляд, информационная война в финансовом мире в конце XX века стала важнейшим геополитическим фактором, определяющим судьбы стран и цивилизаций» [9, с.13]. Особая роль в этом критическом дискурсе отводится исследователям журналистики и журналистам-практикам ввиду того, что носителем, своего рода лакмусовой бумажкой, индикатором анализируемых процессов является поле массовой коммуникации.

Постановка проблемы. Медийная коммуникация конструирует социальную реальность посредством образов символической реальности: «В результате происходит смешение знакового и символического уровней отражения реальности, что, по нашему мнению, приводит к модификации картины мира в «имидж» мира» [5, с. 33].

Исследователи журналистики, медиапсихологи, работники средств массовой информации также констатируют наличие проблемных явлений в своей профессиональной сфере, обусловленных современной действительностью. Важность и острота профессиональных, на первый взгляд, особенностей журналистского творчества таковы, что их обсуждение сегодня приобретает широкий характер и затрагивает интересы общества в целом – проблемы психологического воздействия, информационной безопасности и информационного травматизма в массовой коммуникации становятся глобальными. От формы и характера решения этих проблем зависит уже не только психологическое состояние общества и его представителей (потребителей и производителей информационного продукта, коммуникаторов и реципиентов, – журналистов и аудитории, соответственно), но и геополитические, национальные и экономические интересы государства. В качестве иллюстративного примера может служить ситуация с президентскими выборами 2004 года на Украине, обозначаемая в СМИ как «оранжевая революция». На наш взгляд, явление под названием «оранжевая революция» заслуживает детального рассмотрения прежде всего в русле медиапсихологии, так как по сути это не что иное, как производный феномен массовой коммуникации. Феномен «майдана независимости» выявил одну, на наш взгляд, опасную тенденцию: активное использование методов социальной инженерии, сетевых технологий вкупе с технологическими возможностями СМИ ставит под угрозу смысл и сущность журналистской деятельности, а именно творческий процесс журналиста. В современном постмодернистском высокотехнологичном обществе, как наглядно продемонстрировала «оранжевая революция», массовая коммуникация существенно лимитирует функции журналиста – ему отводится роль исполнителя, а не творца или, как сейчас модно говорить, криэйтора. В роли инициаторов и создателей выступают организаторы сетевых проектов, а журналистское творчество объявляется излишним, более того – нецелесообразным. Из активных коммуникаторов, мыслящих субъектов массовой коммуникации, какими привыкли себя ощущать представители СМИ, журналисты превращаются в механических ретрансляторов и таким образом становятся объектами психотехнологических манипуляций. В психологическом плане данное явление имеет для журналиста последствия, без преувеличения сравнимые с катастрофическими – изначальная срежиссированность «спонтанного» процесса коммуникации журналиста и аудитории лишает журналиста главной ценности его профессии – творческой основы. В подобном случае грубо искажается и предназначение самой массовой коммуникации как творческого процесса: вместо ориентира, поля поиска смыслов, отражения действительности массовая коммуникация превращается в средство манипуляции. С исследовательской точки зрения журналистика независимой Украины (с 1991 года) представляет собой любопытную картину и существенно отличается от российской за аналогичный период. С одной стороны, украинская журналистика повторила этапы развития постсоветской журналистики Российской Федерации: информационные войны, овладение СМИ олигархами, попытки государственного контроля медиапространства, распространение манипулятивных технологий, развитие «белого» и «черного» пиара и так называемой «джинсы», «телекиллерство», физическая гибель журналистов – убийство Георгия Гонгадзе, участие журналистов в политической жизни – избрание представителей СМИ народными депутатами Украины. С другой стороны, украинские СМИ

функционировали в несколько отличном режиме, обусловленном особенностями украинской государственности, политической культуры, национальными аспектами и спецификой внутреннего развития страны. Так, в интересующий нас период (с 2004 года и по сей день) обращают на себя внимание следующие особенности информационного пространства Украины: свобода слова (попытки создания общественного телевидения, наличие прямого эфира, плюрализм телепространства, слабое государственное телевидение, появление телеканала нового типа, созданного по евростандартам), активное использование смеховой культуры в массовой коммуникации, слабый уровень профессионального мастерства работников СМИ и в то же время существенное влияние СМИ на общественно-политические процессы. При детальном рассмотрении некоторые из вышеперечисленных черт украинского медиапространства, предъявляемые в качестве слагаемых демократии, не только обнаруживают аналогии в истории современной отечественной журналистики, но и заслуживают медиапсихологической проработки. Анализ прессы периода оранжевой революции и постреволюционного этапа развития наводит на мысль о возникновении в украинской журналистике медиапсихологического явления под названием типосиндром ведущего публициста. Проработка понятия «типосиндром ведущего публициста» была осуществлена медиапсихологами – профессором факультета журналистики МГУ Е.И. Прониным и доцентом Е.Е. Прониной [10] в рамках учебного курса «Литературная работа журналиста» в МГУ, а потом и как Психологическая служба ежедневной газеты «Российские вести». С 1989 года учеными велось тест-анкетирование базовых страт аудиторий, данные сопоставлялись с психотехническим анализом материалов ведущих публицистов страны и работой специализированных фокус-групп. Аналитики стремились определить глубинные черты социально-психологического типажа, которые проявлялись независимо от пола, возраста, семейного положения, должности, дохода, вероисповедания и партийной принадлежности авторов. Проводимый психотехнический мониторинг по пяти параметрам (целевая направленность, декларируемая социальная роль, адрес апеллирования, опорный коммуникативный прием, отношение к лицам, власть предержащим) фиксировал синдром категорий сознания, свойственный тому или иному типу постсоветского журнализма, а на специальных сеансах фокус-групп поэтапно вырабатывалось образное определение для каждого типа синдромов. По определению исследователей, понятие «типосиндром» близко к известным в истории символическим обозначениям журналистских ролей: «разгребатели грязи», «подручные партии» и т.п., это собирательная личность, коллективный психологический феномен: «Типосиндром ведущего публициста, вообще, не свойство личности, а технология, которая навязывается человеку корпоративной средой, препит, но затягивает щедрой оплатой, шлюзией влияния, да мало ли еще чем...», но «актуальный вариант типосиндрома ведущего публициста «примеривается на себя» чуть ли не каждым журналистом, принимается как стимул основной массой профессионалов, и именно в нем выражается степень коммуникативной открытости общества и информационной безопасности личности» [4]. Данные психотехнического мониторинга позволили выделить 6 типосиндромов: «Рыцарь гласности», «Плюйбой», «Пикейный жплет», «Киллер», «Сам себе интервьюер», «Зомби». Как заметила Е.Е. Пронина, «среди журналистов необязательно проводить тест-анкетирование. Они ежедневно перед всем миром вольно или невольно

раскрывают свои ориентации, упования и комплексы» [11], которые укладываются в различные типосиндромы. Так, к примеру, типосиндром «Плюйбой» характеризуется следующими признаками: апломб, безапелляционность, публичное оскорбление с вызовом общественной нравственности. «Пикейный жилет» – это «безотказный и споминутно громогласный искусственный заменитель общественного мнения», претендующий на руководящую истину в последней, той самой «четвертой» инстанции, на основании того, что «эту власть создали средства массовой информации». Данный типосиндром означает «особое психическое состояние, когда за истину выдается все, что приходит в голову. А в голову приходит сегодня одно, завтра – другое... И оттого появляясь у говорящего совершенно циничное отношение к тому, что им произносится сейчас, было произнесено вчера или будет произнесено завтра» [12]. Типосиндром «Сам себе интервьюер» характеризуется такими признаками, как демонстративность в поведении, преувеличенная забота о собственном имидже, претензия на духовное лидерство. Очевидно, что этими типажими типосиндромы «ведущего публициста» не исчерпываются и в сегодняшней массовой коммуникации мы можем наблюдать новые. На основании анализа украинской прессы и медиапсихологических наблюдений, сделанных в ходе «оранжевой революции», мы продолжили ряд типажей. Выявленному типосиндрому было дано название «ведомый «свідомий»».

Типосиндром «ведомый «свідомий»»

Категории сознания	
Целевая направленность	кормление
Декларируемая социальная роль	борец с «преступным режимом»
Адрес апеллирования	ментальность
Опорный коммуникативный прием	квазиобъективность прямой эфир
Отношение к лицам, власть предержащим	исполнительность

Типологические характеристики данного типосиндрома:

Основная мотивация фиксируемого нами журналистского типосиндрома – заработок. В ходе «оранжевой революции» многие украинские журналисты выступили в роли батраков, основная задача которых – информационное обеспечение и поддержка определенного типа политики новой украинской власти. Одну из категорий сознания – целевая направленность – мы характеризуем как кормление: очень многие журналисты относились к происходящему на майдане с предельным цинизмом и извлекали материальную выгоду. «Ведомый «свідомий» с легкостью меняет свои убеждения, позиции и принципы в зависимости от политической ситуации и гонимых. Определение, данное нами оранжевому журналисту – «ведомый «свідомий», – объясняется спецификой внутренней социокультурной и политической ситуации на Украине: в ходе «оранжевой революции» в массовой коммуникации образовалось сразу несколько мифов. Главный из них – миф о рождении на майдане единой украинской нации: «Политическая нация, как известно, окончательно складывается под влиянием какого-то очень серьезного мобилизующего вызова. Таким чаще всего бывает гражданская или отечественная война. В Украине-2004 таким вызовом, похоже, становятся президентские выборы» [7]. Или «по уже

почти официальной версии, Майдан – это формирование гражданского общества и рождение новой украинской нации. Да, так и есть. Но, хочется верить, не только это» [6]. К рожденной на майдане нации в СМИ стали употреблять выражение «свидомый», то есть (в дословном переводе с украинского) «сознательный» украинец. Ведущие публицисты, олицетворяющие анализируемый нами типосиндром, отождествляют себя со «свидомыми», позиционируют себя как «революционеры», «борцы с преступным режимом Кучмы», апеллируют к ментальности и внедряют в массовое сознание выпензанный миф о рождении новой нации: «Помаранчевая революция сложилась в итоге из мужественных действий отдельных людей. И именно в этом ее величие – она была истинно народной. Майдан помог нам преодолеть разлагающее чувство одиночества: «Разом нас багато – нас не подолати». Одноразовый революционный эффект был достигнут – мы доказали, что никто не отнимет у нас права выбора. Но способны ли мы на мужественные поступки, которые обеспечили бы эволюционный путь развития нашего государства? В чем должны состоять наши действия, чтобы Украина двигалась дальше по пути демократии?» [2]. И «прошлогодний Майдан был квинтэссенцией революции, ее лицом, ярким красочным фасадом, но и вдали от него тысячи «маленьких украинцев» выходили на сражение с системой. По всей стране простые граждане совершали решительные Поступки: отказывались участвовать в фальсификациях, шли на риск потерять работу или место учебы... Кто-то первым в своем населенном пункте завязывал оранжевую ленточку, кто-то демонстративно выходил из зала, где нахраписто объясняли, за кого нужно голосовать, кто-то дежурил ночью у избирательного участка... Один устраивал свой маленький Майдан у себя на работе, открыто протестуя против несправедливости, другой бежал к компьютеру, чтобы через Интернет сделать важную информацию достоянием гласности. Да что говорить – год назад даже просто опустить в избирательную урну бюллетень, где отмечен «не тот» кандидат, – и то требовало порой определенного мужества» [2]. В прессе постоянно встречаются публикации «свидомых» журналистов, апеллирующие к «свидомым» украинцам: «У режима, все поставившего на карту во имя сохранения себя в самом жутком варианте, могло быть одно серьезное препятствие – народ, та его огромная часть, осознающая реальную угрозу самому существованию независимой Украины в демократическом правовом свободном мире. Народные массы, являющие готовность отстоять честный выбор и с тем вышедшие на улицы, это был единственный реальный страх Банковой и – особо – команды Януковича [3]. Видимо, цель публикаций представителей данного типосиндрома – создание и продвижение новой украинской мифологии на основе национализма (если не сказать больше, украинского фундаментализма) и укрепление государственности. Как живой человек, журналист сам погружен в психонисторическое состояние общества, в мифы массовой коммуникации, авторами которых являются его коллеги по цеху и чутко реагирует на малейшие колебания в социуме. Соответственно можно утверждать, что многие публикации подобного рода необязательно обусловлены конъюнктурными соображениями и материальной выгодой – журналист, как и все общество, также оказывается под влиянием мифов, пропагандистских ловушек массовой коммуникации и сетевых технологий. Поэтому, теряя творческую и рефлексивную

составляющую своей профессии, «оранжевый журналист» оказывается в ситуации ведомого. Он так же, как и подавляющее большинство граждан Украины, включен в своего рода сетевой информационный маркетинг, его сознание так же подвергается манипуляциям и психотехнологиям.

Выводы. Чем опасен данный типосиндром? Тем, что украинские журналисты стали жертвами так называемого феномена управляемой свободы. Подобная психосторическая ситуация заставляет экспертное сообщество не только фиксировать наличие манипуляции в массовой коммуникации и ее негативных последствий как для аудитории, так и для журналиста, но и делает первостепенной задачей борьбу за возвращение журналистике ее творческих аспектов и возрождение журналистики в виде творческого процесса как такового.

Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М., 2000.
2. Кириленко М., Сенко С. Роза Паркс. или О роли маленького человека в истории // Зеркало недели. – 2005. – №46.
3. Коробова Т. Вот такая ботва, страна // Обозреватель. – 06.11.2004.
4. Кучер В.Н. «Аксиома служения» // Государственная служба. – 2001. – №1.
5. Матвеева Л.В. Гуманитарная составляющая информационной безопасности в СМИ // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т. 1: Телевизионные и рекламные коммуникации / Под ред. А.П. Донцова, Я.Н. Засурского, Л.В. Матвеевой, А.И. Подольского. – М., 2002.
6. Окара А.Н. Золотое сияние оранжевой революции. или Как архистратиг Михаил заступился за Украину // Зеркало недели. – 25. 12. 2004.
7. Окара А.Н. Вчність стоїть перед очі // Украинская правда. – 8.11.2004.
8. Панарин А.С. Испытание глобализмом. – М., 2003.
9. Панарин И.Н. Технология информационной войны. – М., 2003.
10. Пронин Е., Пронина Е. «Четвертый обман», «Российские вести». – 1997. – №233.
11. Пронина Е.Е. «Плюйбой», или Коллективный Мальчик-без-штанов // Российские вести. – 1996. – №47.
12. Психологическая служба «РВ» «Час пикейных жилетов» // Российские вести. – 1997. – №130.

Поступила в редакцию 09.08.2006 г.