

Харитонов М.В.  
Кандидат психологических наук, доцент  
Санкт-Петербург

## **БИХЕВИОРАЛЬНАЯ ПАРАДИГМА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ**

### *Аннотация*

*Сегодня описаны более десятка парадигм, призванных обосновать эксплуатацию положений основных психологических теорий применительно к практике средств массовой информации. Наибольшей популярностью пользуются три из них. В их число входит и бихевиоральная парадигма. Она рассматривает сообщения СМИ как стимул, а вызываемое поведение населения – как реакцию. Именно она пользуется наибольшей популярностью в России как среди правительственных информационных агентов, так и среди немногочисленных оппозиционных СМИ.*

Основные положения ведущих психологических школ и направлений издавна пользовались популярностью в средствах массовой коммуникации. Владельцы информационных каналов и работающие на них журналисты всегда хотели найти наиболее быстрый и безотказный путь к сердцам слушателей, зрителей, читателей. Не оставляли этих попыток и представители властных структур. Не случайно, уже в Древней Греции правительственные агенты внимательно следили за ходом занятий в школах риторики – чему там учат будущих ораторов?! Ведь устная коммуникация была в то время главным и основным каналом передачи сообщений и, одновременно, главным инструментом в борьбе за политическое поведение населения. Подобный контроль со стороны властных структур существовал веками, равно как и попытки ученых-психологов найти некий универсальный подход, позволяющий направить энергию масс в нужную сторону. И речь идёт не просто о цензуре, хотя и её нельзя сбрасывать со счетов. Сейчас же мы рассуждаем о более широком, парадигмальном подходе, подходе, описывающем некоторую картину мира, картину взаимосвязи и взаимовлияния, отдельных социальных субъектов и правил их взаимодействия, что шире, чем просто цензура. Ученые, теоретически занимающиеся деятельностью СМИ, в ряде своих публикаций описывают несколько теоретических подходов, переносящих ключевые положения ведущих психологических теорий в повседневную практику информационных каналов. При этом, количество подходов варьируется от автора к автору. Вместе с тем, подавляющее большинство признает тот факт,

что наибольшей популярностью у практиков пользовались три основные теоретические парадигмы. Они носят название медиацентрированной, человекоцентрированной и диалогической парадигм. Первая из перечисленных и является предметом нашего обсуждения.

Пик популярности бихевиоральной (медиацентрированной) парадигмы в странах Западной Европы и в США приходится на 1930-е годы. В 1960-1970-х годах наблюдается возврат интереса к этому подходу. В рамках его считалось, что, сочетая необходимые сообщения-стимулы, можно добиться от населения определенных поведенческих, прежде всего – политических, реакций. Именно таким образом предполагалось модифицировать поведение основных социальных субъектов. Суть такого понимания роли СМИ в общественной жизни емко сформулировал А. Гитлер, заявивший, что массы, как дети, жаждут чуда. Бихевиоральная парадигма деятельности СМИ была долго популярна в Советском Союзе, когда подавляющее большинство диссертаций на соискание званий кандидатов и докторов психологических наук, написанных на материалах средств массовой информации, располагались в пространстве бихевиоральной парадигмы. Влияние СМИ на политическое поведение социальных субъектов абсолютизировалось, а, иногда, и демонизировалось. Именно в рамках бихевиорального подхода возникает идея о всемогуществе цензуры, как инструмента, позволяющего отсекалть «ненужные» информационные стимулы и, тем самым, исключать «нежелательное» поведение и даже сами мысли о его потенциальной возможности. Такая цензура определяет отфильтрованный список исторических персонажей и даёт однозначную, выгодную власти, трактовку мотивов и характера действий этих персонажей. Достаточно вспомнить эпоху Советского Союза, где каждый социальный слой, каждый возраст и каждый этнос имели своих героев, демонстрирующих некое эталонное просоветское поведение. Другим примером, из современных нам времен, является высылка из России журналиста британской газеты «Гардиан», осуществленная в 2011 году за обнародование сведений о предполагаемом подлинном уровне благосостояния В. Путина. Следует заметить, что это была первая высылка из страны западного журналиста со времён СССР.

В 1950-1960-х годах в СМИ западноевропейских стран и США господствует парадигма, построенная на постулатах гештальт-психологии и гуманистической психологии, человекоцентрированная парадигма. Информационные каналы начинают обращаться к структуре потребностей аудитории и пытаются переориентироваться на интересы потребителя сообщений. Появляется понимание того простого факта, что аудитория вовсе не намерена слепо следовать сообщениям-стимулам. Она, аудитория, всегда производит некий первоначальный критический отбор сообщений, выискивая в их потоке лишь те из них, которые удовлетворяют основные ее, аудитории, потребности. В рамках этой парадигмы цензура начинает борьбу за эмоциональную интерпретацию поступков и действий исторических персонажей. Самым главным становится отношение к историческим фактам,

а не сам факт его, факта, наличия. Рыцари Круглого Стола, например, в действительности ели пищу руками, не всегда вымытыми, и спали одетыми на своих ложах, поскольку привычки есть вилками и спать на простынях, возвращаются в Европу только в XI веке, позаимствованные у арабов. Но король Артур, Ланселот, Парсифаль и другие рыцари эпохи Круглого Стола давно стали атрибутами информационных сообщений как эталон верности, честности, достойного поведения, и правда о реальном их поведении никому не нужна.

В конце 1970-х начинается расцвет парадигмы, эксплуатирующей аппарат и достижения когнитивной психологии и НЛП-подхода, диалогической парадигмы. На Западе этот подход господствует до сих пор. В рамках этого подхода коммуникатор вступает в диалог с сознанием получателя информации и выстраивает диалог с ним, опираясь на ключевые понятия аудитории. Цензура в этом случае становится более изощренной, формируя, с одной стороны, повестку дня, а с другой, «исправляя события» нужным образом. Так, опытные наблюдатели заметили, что приказ о бомбардировке Сербии тогдашний президент США Билл Клинтон даёт в разгар сексуального скандала с Моникой Левински, когда его репутация и политическое будущее оказываются под вопросом. Именно в рамках этой парадигмы начинается активное использование лингвистических манипуляций в политических текстах, появление клипового способа подачи информации и так далее. Например, кусочек земли в Азовском море, именуемый Тузлой, получает в СМИ Российской Федерации наименование полуострова, а на Украине – острова. Ведь за этими лингвистическими ухищрениями лежит проблема проведения морской границы между двумя государствами.

Следует отметить, что такой мощный информационный канал как телевидение, хотя и действует в рамках своих концепций, исчерпывающе описанных французским автором А.Модем в работе «Социодинамика культуры», но все они, телевизионные концепции, базируются на бихевиоральном подходе к действительности. Рассмотрим их. Во-первых, догматическая концепция, выстроенная как пропаганда и агитация строго определенных политических взглядов. Ярким примером активной эксплуатации догматической концепции в телевизионном пространстве бесспорно является продукция Первого канала и России – 1. Во-вторых, демагогическая концепция, сосредоточенная исключительно на материальной стороне мира, и призванная создать иллюзию безопасности существования социальных субъектов и их полной свободы выбора. Например, современное российское информационное пространство переполнено рекламными сообщениями производителей кормов для животных, формируя определенный стереотип потребительского поведения у их владельцев. В-третьих, эклектическая концепция, когда разнородные сообщения переполняют канал, который пытается завоевать мир силой распространяемых знаний. В рамках подобного подхода функционируют

допущенные на российский информационный рынок зарубежные телевизионные каналы «Дискавери», «Энимал планет», «Челленджер». В-четвертых, социодинамический подход, пытающийся размыть сами основания традиционной культуры, сделать ее мозаичной, размытой. В такой современной культуре знания складываются из разрозненных отрывков, связанных простыми, чисто случайными отношениями близости по времени усвоения, по созвучию или ассоциации идей. Эти обрывки не образуют структуру, но они обладают силой сцепления, придающей ткани определенную плотность, компактность. Такую культуру теоретики и называют мозаичной культурой. Она представляет по сути своей случайный конгломерат сведений, сложенный из многих соприкасающихся, но не образующих конструкцию фрагментов, где нет точек отсчета, нет ни одного подлинно общего понятия. Зато тут есть много понятий, обладающих большой весомостью (опорные идеи, ключевые слова). Процесс возникновения мозаичной культуры тесно связано с функционированием СМИ. Знания отныне формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации. Средства массовой информации фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры, выделяют отдельные элементы из общей массы культурных явлений и придают им особый вес, повышают ценность одной идеи, обесценивают другую, поляризуя, таким образом, все поле культуры. То, что не попало на каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества. Информационная смерть влечет за собой смерть социальную. Этот тезис объясняет, почему два основных телевизионных канала, Первый канал и ВГТРК, входят в список стратегических предприятий России, состоящий, между прочим, всего из сорока объектов. Добровольно отказываться от средств контроля над большинством социальных объектов никто не собирается.

Особо следует отметить существующее в российских средствах массовых коммуникаций сопряжение основных постулатов бихевиористского подхода с идеями, развиваемыми итальянским философом А. Грамши. Надо подчеркнуть, что и представители официальных, кремлевских, пропагандистских структур, и оппозиционные информационные каналы, явно или неявно, демонстрируют знание основных идей этого автора. В первую очередь, это гегемония в гражданском обществе. Не тратя время на обсуждение вопроса о степени его сформированности, и официальные и конкурентные политические структуры активно за него борются. Ведь, как говорил Грамши, фактическая прочность любого государства зависит от прочности гражданского общества. Информационное пространство всегда динамично и в развитых государствах правящий класс прибегает преимущественно к косвенным механизмам контроля. В России все проще. Россия в рейтинге свободы прессы заняла 146 место, упав на шесть пунктов по сравнению с 2011-2012 годом. Рейтинг был составлен организацией "Репортеры без границ" и опубликован 30 января 2013 года.

Составители указывают на то обстоятельство, что правительство Российской Федерации контролирует, прямо или косвенно, все основные федеральные телевизионные каналы, более двух третей общенациональных газет и более 60% региональных печатных изданий. Оппозиция тоже прекрасно понимает, что борьба за гегемонию происходит на всем пространстве гражданского общества. Эта борьба ведется, главным образом, за интеллектуальный/культурный контроль и результатом ее может стать народное согласие для победоносного исторического блока. Если этот победоносный исторический блок будет иметь также контроль над государственными институтами, то тогда он будет иметь доступ и к господствующим силам. Однако господство, по крайней мере в развитой политической цивилизации, является только дополнением к согласию до тех пор, пока гегемония внутри гражданского общества адекватно поддерживается. Поэтому-то правящие российские структуры и начали в конце 2012 менять свою лексику. Происходит активный отказ от жаргона и просторечной лексики. Именно так правительственные структуры пытаются повысить степень своего влияния на социальные слои и группы, повысить степень управляемости общества. Ведь Грамши всегда говорил, что борьба за гегемонию в гражданском обществе должна продолжаться и после захвата власти. Иначе невозможно возникновение полноценно функционирующего гражданского общества, общества, способного к динамическому развитию. Но не все наследие итальянского философа востребованного властью. Так, филологи, анализирующие официальные речи В. Путина, подчеркивают, что они всегда обращены к самой низовой социальной среде. Типичный его виртуальный собеседник, получатель такого сообщения – человек, никогда не высказывающий своего мнения. Не высказывающий мнения, просто потому, что не способен его сформулировать. Этот человек, который обычно боится власти и потому помалкивает. Путин своими речами такого человека раскрепощает, наделяет правом указывать другим, что и как делать, как жить. Беда в том, что типичные представители такой низовой социальной среды создать ничего продуктивного создать не могут. Они – человеческий материал, способный существовать только в условиях подавления противников.

Особую же роль в формировании гражданского общества играет культура, в том значении этого термина, которое существует у Грамши. Он подчеркивал: "Нам нужно освободиться от привычки считать культуру энциклопедическим знанием, и людей как простые хранилища, заполненные эмпирическими данными и массой не связанных между собой сырых фактов, которые должны быть размещены в мозгу как в столбцах словаря, позволяя их владельцу отвечать на различные стимулы из окружающего мира. Эта форма культуры действительно опасна, особенно для пролетариата. Культура - это нечто совсем иное. Это организация, дисциплина внутреннего Я, достижение согласия с самим собой; это достижение высшей осведомленности, с помощью которой можно преуспеть в понимании

собственной исторической ценности, своего собственного предназначения в жизни, своих собственных прав и обязанностей. Но ничего этого не случится путем стихийной эволюции, посредством ряда действий и реакций, которые не зависят от собственной воли человека".