

Л. В. Матвеева<sup>1</sup>

## ПОЗИТИВНЫЕ И НЕГАТИВНЫЕ ЧЕРТЫ СМИ КАК ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА В ГЛОБАЛЬНОМ ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР

1) Бурное развитие техники в области коммуникации привело к глобализации информационного пространства, возникновению виртуального политического, экономического, межкультурного и межличностного взаимодействия разных субъектов, начиная с ведущих политиков и заканчивая простыми жителями страны. Смыслом массовых коммуникаций начиная с первобытных обществ было общение людей с друг другом через обмен знаками, символами, текстами, содержащими культурную, сакрально-обрядовую, экономическую и политическую информацию. Г. Тард<sup>2</sup>, а позднее М. Маклюэн<sup>3</sup> отметили, что каждому типу общества соответствует определенный тип коммуникации, который обеспечивается развитием технических достижений данной исторической эпохи. Как показывает опыт, развитие информационных процессов неизменно сопровождается интенсивным социокультурным воздействием на общество, в том числе на социальные и культурные условия жизни людей, систему общественно признаваемых ценностей, мотивацию по-

ведения, причем такое воздействие может иметь не только положительные, но и отрицательные последствия, которые следует предвидеть и по возможности нейтрализовать.

Так, с одной стороны, мы сталкиваемся с позитивным опытом взаимодействия СМИ различных стран и благодаря этому можем присутствовать на рождественском концерте в Австрии, церемонии присуждения кинопремии «Оскар» в США или смотреть спортивные состязания в ЮАР. С другой стороны, мы становимся свидетелями распространения идеологии насилия как легитимной формы проявления интересов одной социальной группы против всего мира, когда в новостных передачах события, спровоцированные террористами, демонстрируются с шокирующими подробностями и пафосом, создающим ореол героизма вокруг преступников.

Марк Хаузер, автор одного из последних научных бестселлеров «Мораль и разум», вводит понятие «инстинкт нравственности». Он пишет: «Наши способности в сфере морали обеспечиваются моральной грамматикой, которая создает инструментарий для построения конкретных моральных систем. С этих позиций овладение культурой — специфическими нормами — процесс, больше напоминающий развитие какого-либо органа тела, чем просиживание в воскресной школе за изучением пороков и добродетелей. Благодаря универсальной моральной грамматике мы судим о том, какие действия допустимы, обязательны или запрещены, не рассуждая и не имея доступа к лежащим в их основе принципам»<sup>4</sup>. И если в СМИ при создании информационного контента не учитывает-

<sup>1</sup> Профессор кафедры методологии психологии МГУ им. М. В. Ломоносова, профессор кафедры дипломатии МГИМО (Университет) МИД РФ, профессор кафедры массовых коммуникаций Московского государственного педагогического университета, доктор психологических наук, академик Международной академии телевидения и радио. Автор более 100 научных публикаций, в т. ч. монографий и учебных пособий: «Связь с аудиторией в телекоммуникации», «Психологический анализ профессионально важных качеств творческих работников телевидения», «Восприятие рекламного образа в телевизионной коммуникации», «Психология телевизионной коммуникации», «Современный образ России: перспективы развития» и др.

<sup>2</sup> Тард Г. Психология толп. М., 1998.

<sup>3</sup> McLuhan M. The Gutenberg galaxy: the making of typographic man. L., 1960.

<sup>4</sup> Хаузер М. Мораль и разум. Как природа создавала наше универсальное чувство добра и зла. М., 2008.

ся специфика культурной матрицы, это толкает людей на нарушение «инстинкта нравственности».

Роль СМИ как системы обеспечения информационного пространства социальных международных коммуникаций состоит в формировании активного и конструктивного диалога всех социальных слоев общества с учетом их этнокультурных особенностей. СМИ может стать организатором, модератором и режиссером таких диалогов. Для эффективного участия отечественных СМИ в международных социальных коммуникациях необходимо способствовать восстановлению национальной идентичности населения нашей страны через возвращение исторической памяти, актуализацию краеведческой, антропологической, этнокультурологической и собственно исторической работы, которая отражалась бы в информационных продуктах. При этом жанры могут быть самыми разнообразными, начиная с актуального репортажа и заканчивая художественными и документальными фильмами или радиоспектаклями. Важно повысить ценность собственных культурных и национальных ценностей в ряду культурных и национальных ценностей других стран и цивилизаций с обращением к мнению авторитетных персоналий из других стран, позволяющих вернуть актуальность таким старым понятиям, как «дружба между народами», «ценность уникальных черт каждой культуры».

2) Причастность человека к огромному информационному потоку, содержащему информацию как международного, так и частного характера, вызывает у человека затруднения в использовании этой информации в своей жизни. Размытость норм, провокационный характер медиадискурса, латентность причинно-следственных связей в информационном потоке затрудняют процесс идентификации и социализации человека в современном обществе. Внедрение мультимедийных средств коммуникации во все стороны жизни общества привело к появлению новой размерности в картине мира человека — публичности, что находит свое выражение в смещении игровой и практической деятельности человека. Хейзинга называет такую форму коммуникации «перформансностью» и приписывает ей статус универсальной характеристики современной культуры, выражающейся в категории «пуэрилизма» (ребячливости)<sup>1</sup>. Согласно Хейзинге, этот феномен выражается в потребности человека в банальных развлечениях, тяге к сенсациям, массовым зрелищам и в потребности поведения по мерке отроческого и юношеского возраста. Так, новости на телевидении все больше приобретают характер шоу, а реальная жизнь становится объектом зрелища в жанре «реал-ТВ».

Доминирование опосредствованных способов взаимодействия между людьми привело к тому, что визуальная коммуникация, визуальные коды и визуальные образы стали основным средством передачи информации. В результате изменился образ лидера в обществе, успех которого стал во многом зависеть от того, насколько хорошо он смотрится на телевизионном экране, появился новый тип героя — шо-

умен — и новый тип звезды — телезвезда. Понятие харизмы видоизменяется в понятие имиджа, а понятие красоты — в понятие выразительности.

Все это приводит к размыванию нормативов человеческого сообщества в информационном обществе, человек начинает искать базисные, устойчивые категории для самоидентификации и находит их в гендерной, этнокультурной и конфессиональной сфере. Современные средства массовой информации восстанавливают семантику дописьменной речевой коммуникации. Так, в частности, способы проявления чувств, форма мышления, характер волевой регуляции поведения, особенности вербальной и невербальной коммуникации являются уязвимыми точками для инокультурной агрессии в информационном пространстве.

Поэтому на лидерах медийных сообществ лежит огромная ответственность за ту информационную политику, которую они проводят в области межкультурных коммуникаций. От того, какие кадры и в какой последовательности появятся на телеэкранах или мониторах компьютеров, как будет организовано пространство события, временной континуум и какие слова будут сказаны, может зависеть то, в какой атмосфере будет протекать тот или иной политический или гражданский диалог.

3) Значение информационного ресурса СМИ для межкультурного диалога значительно возросло после заявлений ведущих европейских политиков — А. Меркель, Н. Саркози и Д. Кэмерона — о провале 50-летних усилий в построении мультикультурного общества на территории Евросоюза. А. Меркель потребовала, чтобы те, кто хочет влиться в немецкое общество, не только уважали закон и Конституцию, но и выучили немецкий язык, являющийся хранителем традиционной германской культуры.

В то же время, согласно расчетам ООН, в течение 50 ближайших лет население всех стран Европы будет убывать и стареть. Процессы замещающей миграции и интеграции мигрантов и их потомков в современный западный мир будут неизбежны. Вовлечение инокультурных членов в традиционное общество столкнется с проблемой адаптации культурных матриц.

Уникальный исторический опыт России, позволивший соединить более 80 национальностей и народностей под гербом Российской империи, дал возможность Президенту Российской Федерации Д. А. Медведеву заявить, что наша страна не должна «дать себя спровоцировать на рассуждения по поводу краха мультикультуры». В этой ситуации у российских СМИ и журналистов появляется уникальный шанс предложить современному миру наш богатый опыт по формированию информационного многоголосья, позволяющего мирно сосуществовать в одном культурном пространстве христианам, мусульманам, буддистам и представителям других конфессий. Россия имеет большой опыт взаимодействия и взаимобогащения различных этнокультурных общностей и диалога цивилизаций. Основой такого диалога является русский язык и русская культура, служению которым посвятил всю свою жизнь Д. С. Лихачев.

<sup>1</sup> Хейзинга Й. Homo ludens (Человек играющий). М., 2001.