



в нем и своего будущего, выражающееся в трансформации эмоционально-оценочного отношения к нему, в смене позитивно-оптимистической на пессимистическую, а затем на амбивалентную оценку. Трансформация представлений связана с изменениями внешних (смена агентов социализации, профессиональная социализация, меняющаяся социальная ситуация) и внутренних (изменяющиеся характеристики личности) детерминант.

Трансформация структуры представлений о мире представлена изменением количества взаимосвязанных компонентов и сменой ядерных композиций: на первом курсе венцом структуры выступает представление «огромное пространство», на третьем курсе – «дыра», а на пятом – «вся вселенная». Изменения представлений о мире связаны с профессиональной социализацией курсантов, в процессе которой происходит становление личности военного с достаточно ярко выраженными характеристиками критического отношения к миру, сензитивностью и способностью к фиксации происходящих в мире негативных событий и явлений, способных задействовать его как профессионала (терроризм, война, беспорядок, нестабильность, гибель человечества и др.).

Самоактуализация личности претерпевает изменения в зависимости от этапа профессиональной социализации личности курсанта. В первые три года учебы в военном вузе происходит резкое снижение большинства показателей, исключая сензитивность, представления о природе человека и познавательные потребности. В последующее время обнаруживается резкий подъем по ряду показателей (поддержка, гибкость поведения, самоуважение, самопринятие, познавательные по-

требности и ряд других). К завершению обучения самоактуализация принимает очертания целостности, интегрированности, что свидетельствует о высоком уровне личностной зрелости будущих офицеров.

Изучение соотношения представлений о мире и самоактуализации личности курсантов позволило выявить их связи на разных уровнях социализации по ряду характеристик. Оптимистические представления о мире на первом курсе подкрепляются высокими показателями самоактуализации, тогда как у третьекурсников пессимистические представления о мире подкреплены снижением самоактуализации по ряду шкал («компетентности во времени», «ценностных ориентаций», «поддержки» и др.). На пятом курсе показатели самоактуализации повышаются, а представления о мире приобретают амбивалентную и более зрелую направленность. Полученные данные взаимосвязей свидетельствуют о том, что с возрастом взаимовлияние характеристик представлений о мире и самоактуализации уменьшается и дифференцируется.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Влияние культурно-исторических представлений на особенности самоопределения молодежи в центральных и провинциальных регионах России» (проект № 08-06-00273а).

Примечания

- ¹ Алешина Ю.Е., Гозман Л.Е., Дубовская Е.М. Социально-психологические методы исследования супружеских отношений. М., 1987.

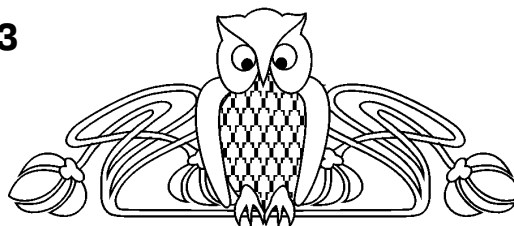
УДК 159.923:316.6

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ МЕДИАИНФОРМАЦИИ

Г.Н. Малюченко

Балашовский институт Саратовского государственного университета,
кафедра практической психологии
E-mail: mgn1802@yandex.ru

В статье раскрывается современное состояние культуры производства и потребления медиаинформации на уровне индивидуального и группового сознания. Излагаются предварительные данные, полученные на основе применения экспериментальной версии опросника ИКПИ «Индивидуальная культура потребления информации». Раскрываются закономерности восприятия и когнитивной переработки информационных сообщений, производимых в условиях экспансивного развития медиaprостранства. Сформулирован ряд положений, определяющих общую стратегию внедрения в повседневную практику новых эталонов производства и способов потребления медиаинформации в ближайшем будущем.



Ключевые слова: медиаинформация, восприятие, культура, понимание.

A Social and Psychological Analysis of the Development of the Culture of Production and Consumption of Media Information

G.N. Malyuchenko

The article shows the modern state of the culture of consumption of media information at the level of individual and group consciousness.



The authors state their preliminary conclusions that were made on the basis of the use of the experimental version of the inquirer ICCI (Individual Culture of Consumption of Information). The regularities of perception and cognitive processing of informational messages are disclosed; a number of positions determining the general strategy of introduction of new standards of production and ways of consumption of media information into common use in the nearest future are formulated.

Key words: media information, perception, culture, understanding.

Отечественные психологи пока редко пользуются таким словосочетанием, как «потребление информации», хотя на сегодня трудно отрицать тот факт, что процесс производства и потребления информации стал в максимальной степени приближен к производству и потреблению товаров и услуг. Отдельные исследователи когнитивных процессов уже выделяют потребление медиаинформации как особую предметную область в контексте общей проблематики познавательной деятельности человека¹. При первом рассмотрении позиция большинства вполне оправдана, поскольку взаимодействие индивида и медиасреды можно рассматривать как частный случай когнитивных процессов. Вместе с тем необходимо признать, что исследования, направленные на установление стратегий социального познания или уточнение типологии когнитивных стилей, не будут давать исчерпывающую картину и отвечать на вызовы сегодняшнего дня, если в них будет слабо отражено поведение индивида в условиях экспансивного функционирования масс-медиа. И хотя на сегодня вопрос о способности человеческого сознания адекватно функционировать вне пространства постоянно обновляющейся информации воспринимается скорее как риторический, науке ещё только предстоит детально исследовать те условия, при которых поток медиасообщений становится фактором продуктивной работы нашего сознания. Более того, среди специалистов в области социальной когнитивистики начинает преобладать мнение, что процесс потребления информации не гарантирует автоматическое накопление знаний, так как по своей сути медиасообщения есть лишь некое первичное сырьё для построения систематических знаний. При определённых условиях он может выступать как источник психологических проблем, возникающих как на индивидуальном, так и на групповом уровне². Таким образом, в качестве «ключевых положений», позволяющих выстроить и понять логику излагаемого в данной статье, выступают два следующих:

– в условиях экспансивной активности масс-медиа повседневная жизнь многих людей протекает в режиме избыточного потребления информации, что приводит к снижению качества аналитико-синтетической работы с потоками непрерывно поступающих и весьма разнящихся по содержанию медиасообщений;

– в целях обеспечения безопасной и эффективной переработки медиасообщений в формат

систематизированных, критически выверенных и осмысленных знаний необходимо выработать и внедрить в практику ряд новых стандартов производства и способов/норм потребления информации.

В качестве вводного комментария к первому тезису позволим себе привести выдержку из фантастико-футурологического романа «Кольцо Харона» Роджера Макбрайда Алена: «...теория Краха Знания утверждала, будто земляне доразвивались до того, что нынешняя система образования, совершенствование (но и удорожание) технологий, рост объема и качества информации приносят вместо пользы и улучшения жизни только вред. По этой теории при удачном развитии событий мировая информационная система была бы упорядочена, и это свидетельствовало бы о продолжении эволюции. Неопределенность же и неразбериха указывают на допущенную в какой-то момент ошибку»³. При всём том, что эта «теория», по крайней мере на данный момент, не более чем авторский вымысел, в ней можно обнаружить предупреждение, которое относится к реалиям сегодняшнего дня: значительная часть активных потребителей масс-медиа воспринимает гиперинтенсивное разрастание информации как процесс вполне закономерный, естественный, а значит, в целом вполне безопасный. В хаотичном накоплении информации они не усматривают угрозу патологических изменений в системе человеческих отношений или риск возникновения необратимых ошибок. Иными словами, современных медиапотребителей объединяет вера в возможность человеческого разума эффективно контролировать развитие СМИ, а нарастание процесса массовой интроекции так называемых «медиафактов» и, как следствие, медиаконструирования коллективных представлений они воспринимают как неизбежный эпифеномен цивилизационного развития.

На наш взгляд, стоит задаться вопросом: имеем ли мы какие-либо существенные основания для столь оптимистичных взглядов? Поскольку для ответа на данный вопрос необходима разработка специального исследовательского инструментария, в начале 2008 г. нами была создана и апробирована экспериментальная версия опросника ИКПИ («Индивидуальная культура потребления информации»), направленного на выявление психологических проблем, возникающих вследствие нарушенной когнитивной активности и, в частности, избыточного медиапотребления. Предварительный анализ данных, полученных нами в ходе опроса 172 активных медиапотребителей в возрасте 18–23 лет, позволяет предположить, что **рост ежедневных объёмов потребляемой информации обратно пропорционален уровню её контекстуального осмысления и критического оценивания**. Например, на вопрос «Часто ли вы включаете телевизор, для того чтобы каким-то образом отвлечься и расслабиться после интенсивной умственной (!) работы» большинство респондентов (54%) ответило утвердительно. Во-



прос «Насколько вам удаётся запоминать все те сообщения, которые в общем потоке информации вы выделяете как полезные?» заставил треть респондентов ответить «не более чем на 50%», в то время как ещё 39% из них ответить затруднились. Интересно, что на вопрос «Как часто какая-либо ненужная информация «забивается» вам в голову и мешает думать?» 25,9% респондентов ответили «достаточно часто», 34,3% респондентов выбрали ответ «не редко». Но при этом на вопрос «Считаете ли вы, что рекламные блоки или музыкальные передачи мешают вам обдумывать что-либо действительно важное?» почти треть респондентов (32,2%) ответили отрицательно и более половины из них (52,4%) выбрали ответ «в редких случаях». Ответы значительной части респондентов указывают на достаточную противоречивость их позиции в отношении медиапотребления, что не случайно. Вероятно, одной из наиболее типичных реакций на избыточный приток информации является «включение» режима «экономичного функционирования» психики, в котором указанные противоречия становятся незаметны. Иными словами, активное поглощение «информ-массы» неизбежно приводит к снижению и общего уровня самокритичности медиапотребителей, и качества оценивания поступающих медиасообщений. По сути, так же как при «классическом варианте» эмоционального выгорания, происходит незаметное срабатывание защитных механизмов психики, что находит выражение:

- в склонности к автоматической интроекции непосредственного содержания большей части медиасообщений;
- в неспособности отделять при желании или необходимости смысл сообщений от их формального содержания;
- в неспособности учитывать влияние политического, социально-экономического и собственно медийного контекстов при оценке содержания и причин возникновения медиасообщений.

Итак, поскольку медиапространство становится всё более экспансивным и всё большее число граждан проявляет себя в качестве его активных субъектов, возникает закономерный вопрос: какими средствами можно остановить или компенсировать угрозу постепенного, почти незаметного, но при этом всеобщего понижения уровня критического оценивания потребляемой информации? И если этот процесс необратим, то каковы его последствия? Следует отметить, что еще четверть века назад не было столь подходящих социально-психологических условий и технических ресурсов для полномасштабного воплощения интроецированных информационных искажений в формат глобальной планетарной катастрофы. При этом до сей поры социально-психологические эпифеномены и последствия глобальной информатизации остаются малоизученными. Однако даже те немногие явления, что исследованы на сегодняшний день, заставляют нас

пересмотреть не только процессы производства и накопления информации, но и способы/нормы её потребления/переработки. Готово ли современное общество адекватно «переваривать» столь динамичный, беспрецедентный в истории цивилизации, рост медиасообщений с самым широким спектром характеристик? Ежедневно каждый среднестатистический российский медиапотребитель вбирает в себя гипертекстовый коктейль из сообщений фактологической, технической, документальной, рекламно-развлекательной и прочей направленности⁴. При этом большая часть производителей информации даже не задумывается о возможных проблемах, сопутствующих её избыточному потреблению, таких, как растущие проявления информационного психоза, снижение запоминания и критичности восприятия. Возникает вопрос: осознаёт ли само общество необходимость оперативной выработки принципиально иной культуры потребления информации? Вот лишь два примера из настоящего в качестве информации к размышлению о будущем:

1. В результате ряда «ошибок», допущенных при сборе разведанных о ядерных программах и террористических угрозах со стороны Ирака у правительства США появился формальный повод к военной оккупации, что привело не только к угрозе полного распада некогда стабильного государства, но и к угрозе непредсказуемого развития событий на всём Ближнем Востоке. Официальное признание указанных ошибок, которое состоялось с опозданием более чем в три года, не вызвало столь же бурного общественного резонанса в Северной Америке и Западной Европе, какой был вызван «медиафактами», построенными на ошибочных разведанных.

2. Противоречивость и неоднозначность научных данных относительно причин глобальных климатических изменений до сих пор является одним из «веских оснований», формально оправдывающих затягивание межправительственных соглашений по условиям и нормам эксплуатации природных ресурсов планеты. Вместе с тем, как показал масштабный опрос, проведенный исследовательской группой Пола Келстедта из Техасского университета, озабоченность населения проблемами экологии становится тем меньше, чем активнее разворачивается общественная кампания в СМИ. Оказалось, что по мере того, как новостные агентства всё громче говорят об изменении экосистем, таянии льдов, переселении животных, а режиссёры всё чаще снимают фильмы о неудобной правде глобального изменения климата, население всё увереннее перекладывает груз ответственности за все эти процессы на специалистов и учёных соответствующего профиля⁵.

Приведённые примеры, на наш взгляд, можно рассматривать как свидетельство нарастания феномена «выученного безразличия» большинства потребителей масс-медиа по отношению к истинному положению дел, скрытому за потоком



ми противоречивой и искаженной информации. Вероятно, гражданские лидеры, представители масс-медиа и простые граждане развитых и развивающихся стран ещё долго будут дискутировать о правовой допустимости и целесообразности выработки неких однозначно понимаемых эталонов безопасного и эффективного производства и потребления медиаинформации. Между тем современное общество в состоянии разграничить требования корректной подачи информации и угрозу ограничения свободы слова. И поскольку концепция информационного общества строится на признании информации в качестве ключевой ценности, мы вправе проводить аналогию между медиасообщениями как условными «информационными единицами» и денежными знаками⁶. А это значит, что искажённые, бесполезные или вредоносные сообщения, как фальшивые или устаревшие деньги, затрудняющие оборот подлинных купюр, должны своевременно изыматься из общего информационного обмена. Особо отметим, что *сегодня процедура решения любой проблемы экономического, политического или социо-гуманитарного характера во многом сводится к выделению из всего объёма доступной информации тех смысловых единиц, которые в конечном итоге могут быть трансформированы в текст внятных инструкций/рекомендаций*. И, похоже, хотим мы того или нет, настает время, когда общество будет подходить к формированию медиапространства предельно прагматично. Ведь, по сути, накопленные информационные ресурсы должны представлять собой удобную «справочную базу» для оперативной выработки решений по корректному применению всех других материальных и нематериальных ресурсов, доступных человечеству. Однако в настоящее время продолжается процесс интенсивного «захламления» медиапространства (прежде всего телеэфира и Интернет-сети) примитивно дублирующей, устаревшей и, более того, открыто деструктивной информацией, провоцирующей межгрупповые конфликты, способствующей распространению социальных пороков, затрудняющей образовательный и воспитательный процессы в школах и вузах и препятствующей поиску того, что представляет действительную ценность для науки и общественного развития. Вполне вероятно, что применение каких-либо радикальных, сугубо запретительных мер к активным субъектам масс-медиа вызовет негативный общественный резонанс и результат, обратный ожидаемому. Тем не менее найти корректное решение данной проблемы, на наш взгляд, можно, если привлечь для этого потенциал современной социальной психологии, социологии и ряда смежных наук. Опираясь на богатейший опыт, накопленный социальными науками, мы предприняли попытку сформулировать ряд положений, определяющих общую стратегию внедрения в повседневную практику новых эталонов произ-

водства и способов потребления информации в ближайшем будущем.

1. *Прогнозируемое в ближайшее десятилетие введение административно-правовых барьеров для производителей социально-деструктивной информации должно сочетаться с гибким экономическим стимулированием СМИ и в целом всех субъектов медиасреды, к производству сообщений максимально соответствующих таким критериям, как «социальная полезность», «новизна», «ёмкость/лаконичность» и т.п.* Эти меры создадут условия для конкурентной борьбы между СМИ за общественное признание в качестве носителей новых информационных эталонов. Производители информации будут ориентироваться, прежде всего, на реальные возможности потребителей, оперативно и полноценно оценивать смысловую нагрузку сообщений. При этом у потребителей медиасообщений появятся собственные мотивы к выработке более осознанного и критичного отношения к источникам информации в условиях интенсивно нарастающего её объёма. Всё это будет способствовать повышению общего уровня корпоративной (внутригрупповой) и индивидуальной культуры производства и потребления информации, введению более чётких эталонов медиапродукции.

2. *Если региональные власти, общественные организации и советы, являющиеся институтами гражданского общества, получат действенные инструменты для стимулирования так называемых «местных СМИ» и компаний, ретранслирующих информацию к введению собственных/внутренних эталонов медиасообщений, это приведёт к повышению персональной ответственности за качество производимых медиасообщений.* Одним из первых шагов на этом пути может стать внедрение технологии присвоения индекса корректности/достоверности производимым или ретранслируемым сообщениям. Присвоение подобного рода индекса может применяться при оценке уровня профессионализма авторов тех медиасообщений, которые могут быть оценены как имеющие потенциально высокий социальный резонанс. При этом вычисление данных индексов может производиться как с помощью автоматизированных компьютерных программ, так и на основе экспертных мнений. Следует заметить, что подобного рода индексация сообщений, при её правильной организации, никак не ограничивает свободу слова, поскольку, как всякая сверхсложная система, «информационное пространство» нуждается в коррекции развития, такого рода коррекция возможна, прежде всего, на местном уровне при условии постоянного и непосредственного участия представителей гражданского общества, заинтересованных в повышении групповой и личной культуры производства, распространения и потребления информации.

3. *Информационное пространство неизбежно станет функционировать более экологич-*



но, если большая часть граждан ещё в школьные и студенческие годы будет получать знания и умения, повышающие культуру потребления информации, что возможно только при введении соответствующих изменений в образовательные стандарты и специальных курсов в учебные планы. Отметим, что уже сейчас в образовательных учреждениях уделяется немало внимания внедрению и активному распространению новых способов переработки медиаинформации. Однако овладение новыми технологиями должно быть построено на принципах сбалансированного подхода к получению внешней и внутренней информации в контексте общего процесса получения знаний. Речь идёт о необходимости поддержания оптимального баланса времени и усилий, затраченных на получение и переработку любого рода внешней и внутренней – интрапсихически продуцируемой информации. Блокировка последней может наносить вред не только психическому развитию, но и всему организму активного потребителя медиапродукции. Интрапсихически продуцируемая информация столь же важна, как и внешняя, поскольку без полноценного анализа постоянно продуцируемых внутренних импульсов и переживаний, без интуиций и рефлексивных размышлений человек не может полноценно раскрыть смысл текущих событий своей жизни. Потребители медиасообщений должны знать и помнить о том, что избыток внешней информации, получаемой в режиме «аптайм», может легко нарушать описанный выше баланс, так как привходящая извне информация всегда в той или иной степени подавляет процессы личностной рефлексии и так называемого «телесного осознания».

4. *Необходимы научная разработка и внедрение специальных технологий работы с экстраординарной, но не доступной для оперативной объективации и/или противоречивой по своему характеру информацией.* Поскольку данного рода информация не должна механически редуцироваться до ярлыков типа «ложь и провокация», следует внедрить конструктивный подход, основанный на принципах обязательного и широкого привлечения целого ряда независимых экспертных групп для её анализа и оценки, что по-

зволит реализовать сбалансированные процедуры принятия решений по реагированию и контролю. В современном обществе широко распространена, но не вполне осмыслена практика разделения функций между различными экспертными и исследовательскими группами по сбору и анализу новой информации. С одной стороны, такого рода разделение есть единственно возможный способ получения профессионально выверенной информации, а с другой – такое разделение может приводить к разрастанию искусственного дефицита и «эффекта конвертации» общественно значимой информации.

Историческая практика показывает, что любого рода нововведения, затрагивающие повседневные привычки и материальные интересы значительных по численности социальных групп, всегда встречают инертные реакции и сопротивление. Однако если нововведения оказывались экономически выгодны, психологически оправданы и технологически целесообразны, то раньше или позже они закреплялись в виде норм общественного сознания и поведения.

Примечания

- 1 Чудова Н.В. Психологический портрет потребителей Интернет-информации // Журналистика в 2000 году: Реалии и прогнозы развития: Междунар. конф. М., 2001.
- 2 Пронин Е.И., Пронина Е.Е. Антиномия-2000 (Нетмышление как публичная субъективность и как массовая установка) // VI ICCEES World Congress. Tampere, Finland. 29 July – 3 August, 2000. P. 346.
- 3 Roger MacBride Allen. The Ring of Charon (1991) («Hunted Earth» № 1) / Пер. Н. Магнат. М., 1996. OCR & spellcheck by Harry Fan. 2001. 5 Sept.
- 4 Арутюнян А.К. Кризис технологии потребления информации // Магия ПК. 2001. № 9. С. 43–47.
- 5 Paul M. Kellstedt, Sammy Zahran, Arnold Vedlitz. Personal Efficacy, the Information Environment, and Attitudes Toward Global Warming and Climate Change in the United States. Risk Analysis 28 (1), Vol. 28. Issue 1. P. 113–126. 2008. Febr.
- 6 Sakaiya T. The Knowledge-Value Revolution, or A History of the Future. Tokyo; N.Y., 1991.