

На правах рукописи

Шангина Анна Юрьевна

**РОССИЙСКАЯ ПЕЧАТЬ О ФОРМИРОВАНИИ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕИ В РОССИИ (1991 – 2003 гг.)**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 10.01.10 – ЖУРНАЛИСТИКА

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва – 2003

Работа выполнена на кафедре теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов.

Научный руководитель:

академик РАН, кандидат исторических наук, профессор Коренчук Е.Г.

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук, профессор Хромов С.С.

кандидат филологических наук Иордан В.К.

Ведущая организация:

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Защита состоится «19» декабря 2003 г. в 15 часов на заседании диссертационного совета К 212.203.13 при Российском университете дружбы народов по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, ауд. 436.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского университета дружбы народов.

Автореферат разослан «18» ноября 2003г.

Ученый секретарь

диссертационного совета

кандидат филологических наук, доцент



А.Е. БАЗАНОВА

2003-А
18747

Объектом настоящего исследования являются современные российские средства массовой информации (СМИ) (период с 1991 по 2003гг.), и, прежде всего, периодические издания (газеты, журналы, еженедельники, вестники, бюллетени).

Предмет исследования – факторы влияния СМИ на процесс формирования национальной идеи в России и на национальный менталитет россиян. В качестве одного из важнейших факторов анализируются изменения, происходящие в языке отечественной прессы, с точки зрения их взаимосвязи с политическими, экономическими, социальными изменениями в жизни российского общества за последние полтора десятилетия.

Актуальность темы заключается в том, что в последнее десятилетие XX века и в начале века XXI именно вопрос о предназначении России в новых условиях, о ее самоотождествлении или, выражаясь иностранным термином, «идентификации», встал в центр общественной дискуссии. Представляется интересным изучить материалы этой дискуссии, которая велась не только в научных или специализированных изданиях, но и в общественно-политических газетах и журналах. Это поможет понять, как видят наши политики, ученые, журналисты, деятели культуры и искусства будущее России, какие пути выхода из кризиса они предлагают. И главное, насколько широк разброс мнений, т.е. в какой степени расколото сегодняшнее российское общество и каковы могут быть пути его консолидации.

Сможет ли Россия найти выход из идеологического кризиса, во многом зависит от того, насколько крепок духовный стержень нации. На протяжении последних 10 лет ученые, прежде всего социологи, психологи, говорят о том, что происходит коренная ломка сознания россиян: меняются ценностные ориентиры, традиции, способ мышления, отношение к окружающему миру – словом, все то, что сегодня называют менталитетом нации. Важным элементом этого процесса является влияние средств массовой информации. Насилие, жестокость, порнография, культ потребления – список негативных факторов влияния СМИ можно продолжить. Представляется актуальным и важным изучение процесса разрушения средствами массовой информации традиционных символов и образов в сознании людей и создания новых, нехарактерных для народа России ценностей. Большую роль при этом играет язык, и прежде всего язык газетно-журнальных публикаций, теле- и радиопередач, видеофильмов. Человек видит мир и формирует свое к нему отношение через категории и формы родного языка. Сегодня через язык осуществляется мощное давление на менталитет нации. Поэтому так важно изучить изменения, происходящие в структуре русского языка на каналах

РОС. НАЦИОНАЛЬНАЯ
БИБЛИОТЕКА
С. Петербург
09 1005 авт 150

СМИ (на примере прессы), и то, как эти изменения влияют на формирование нового менталитета россиян.

Материалом исследования являются публикации на тему национальной идеи, идеологии, государственной символики в отечественных национально-патриотических («Завтра», «Молодая гвардия», «Москва», «Октябрь» и др.), общественно-политических («Известия», «Независимая газета», «Новая газета», «Новые известия», «Сегодня» и др.) и научных («Вестник МГУ», «Вестник РАН», «Вопросы философии», «Социологические исследования» и др.) периодических изданиях за период 1991-2003гг.. Кроме того, интерес для автора представляют изменения, произошедшие в языке российской прессы за указанный период.

Теоретическую основу диссертации составляют многочисленные научные статьи, социологические исследования, монографии, посвященные как проблемам формирования российской национальной идеи, так и особенностям функционирования российских СМИ.

Прежде всего следует обратить внимание на работы русских философов XIX – начала XX вв. В начале 90-х гг., в период глубоких перемен в жизни страны появилась необходимость в осмыслении того, что ранее говорилось и писалось на тему национальной идеи. Поэтому в течение двух лет (1992 – 1994) выходит сразу 4 сборника трудов русских философов. Отдельными изданиями публикуются работы таких классиков русской философии, как Н.А. Бердяев, И.А. Ильин, К.Н. Леонтьев и др.

Одновременно в научных журналах появляются критические и аналитические статьи, посвященные работам этих философов. При написании диссертации были использованы, на наш взгляд, наиболее заметные исследования на эту тему. Во-первых, это книга Ю.И. Сохрякова «Национальная идея в отечественной публицистике XIX – начала XX вв.» в которой анализируются различные аспекты национальной идеи, отразившиеся в публицистике Н.В. Гоголя, Ф.М. Достоевского, В.В. Розанова, А.С. Хомякова и других русских философов. Во-вторых – работа известных российских ученых – историков права Н.М. Золотухиной и И.А. Исаева «История политических и правовых учений России XI – XX вв.» где отражены политико-правовые взгляды русских мыслителей от Иллариона до ученых XX века.

Так как тема национальной идеи была довольно популярна на протяжении последнего десятилетия, было издано немало посвященных ей монографий и сборников. Назовем наиболее интересные из них. Б. Орлов в книге «Россия в поисках новой идентичности» собрал и классифицировал современные концепции российской национальной идеи, выраженные в

программных материалах и газетно-журнальной публицистике известных политиков и общественных деятелей. Автор достаточно подробно изложил точки зрения сторонников той или иной концепции, но он не ставил перед собой задачу выявить «состоятельность» или «несостоятельность» рассматриваемых позиций. Книга является, по сути, обзором различных концепций, отличающихся глубиной аргументации или оригинальностью подхода, и отражает состояние дискуссии на конец 1996 года.

В исследовании «Идеологические ориентиры России» (группы авторов С.В. Алексеев, В.А. Каламанов, А.Г. Черненко) дается научное определение таких понятий, как «национальная идея», «национальная идеология», «национальные интересы» и других близких по смыслу понятий. Это представляется очень важным, т.к. многие сегодня рассуждают о национальной идее, не вполне понимая, что это такое. Авторы формулируют основные проблемы формирования новой общероссийской национальной идеологии и предлагают пути преодоления этих проблем.

Важное значение, на наш взгляд, имеют результаты многолетних социологических исследований группы ученых, под руководством президента Российской Академии Наук, видного социолога Г.В. Осипова. Авторы исследования изучили процесс изменения ценностных ориентаций россиян в 1991 – 1996гг.

Проблеме негативного влияния СМИ на сознание людей в последнее время посвящается все больше и больше исследований. Среди подобных изданий следует выделить книгу С.Г. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием», в которой прослеживается процесс разрушения важных символических понятий в сознании россиян начиная с советских времен. Теме мифологизации сознания посвящена монография А.Б. Горянина «Мифы о России и дух нации». История средств массовой информации России в 90-х гг. исследуется в работах И.И. Засурского «Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы» и А.А. Грабельникова «Средства массовой информации постсоветской России».

Что касается литературы о состоянии русского языка, то здесь стоит отметить книгу «Языковой вкус эпохи» академика В.Г. Костомарова. Автор подробно, с большим количеством примеров из современной прессы, анализирует изменения, происходящие в русском языке. Он затрагивает все аспекты проблемы: смешение стилей, американизацию, жаргонизацию языка и т.д. Однако В.Г. Костомаров практически не затрагивает проблему влияния этого процесса на сознание.

Тема изменений, происходящих в русском языке на рубеже XX и XXI веков так же подробно исследуется в следующих работах: С.И. Сметанина «Медиа-текст в системе культуры», Л.В. Воронцова, М.Я.

Гловинская и др. «Русский язык конца XX-го столетия (1985-1995)», В.В. Колесов «Жизнь происходит от слова...», М.В. Горбаневский, Ю.М. Караулов, В.М. Шахлеин «Не говори шершавым языком».

При написании диссертации было использовано большое количество публикаций в таких журналах, как: «Русская речь», «Русский язык в школе», «Вестник Московского университета», «Политические исследования», «Вопросы философии», «Социологические исследования» и др.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в том, что предыдущие авторы исследовали обычно какой-либо отдельный аспект изучаемой проблемы: это мог быть анализ существующих концепций российской национальной идеи, или факторов влияния СМИ на сознание аудитории, или социологические исследования общественного мнения, изменений в русском языке на примере конкретных периодических изданий и т.п. Автор данного исследования попытался объединить все эти аспекты, изучить их в комплексе, выявить взаимосвязи.

Цель диссертационного исследования заключается в изучении процесса влияния средств массовой информации на формирование российской национальной идеи и нового менталитета россиян. Следует заметить, что автор диссертации не ставил перед собой задачу сформулировать концепцию новой национальной идеи России. В центре внимания диссертанта стояли следующие конкретные задачи:

- во-первых, на основе анализа материалов дискуссии в печати по проблеме формирования национальной идеи России выявить степень раскола общества в сфере идеологии и возможные пути его консолидации;
- во-вторых, изучить формы негативного влияния СМИ на аудиторию и, в частности, рассмотреть методы разрушения символических понятий и образов и формирования новых ценностных ориентаций в обществе;
- в-третьих, путем анализа языка современных российских средств массовой информации показать, каким образом глубокие изменения в русском языке связаны с изменением менталитета россиян.

Методика исследования предполагает применение метода анализа и синтеза. Автор проанализировал большое количество публикаций в российской печати, рассматривая их с разных точек зрения: с точки зрения норм русского языка; влияния на сознание аудитории; значимости высказанных авторами публикаций идей. Полученные при анализе результаты исследования были тщательно изучены и послужили основой для выводов.

Практическая значимость. Материалы диссертации могут быть использованы в общих вузовских курсах лекций по истории и теории современной российской журналистики конца XX – начала XXI вв., в спецкурсах и семинарах по проблемам развития современного русского языка и языка средств массовой информации Российской Федерации. Результаты проделанного исследования могут оказаться полезными при дальнейшем изучении методов влияния СМИ на общественное сознание.

Апробация диссертации. По теме диссертации было опубликовано три статьи в альманахе кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН «Журналистика и общество». Автор так же выступал с докладами на межвузовских конференциях «Актуальные проблемы журналистики» (РУДН, 2001г. и 2002г.) и на конференции, посвященной 300-летию российской журналистики (РУДН, 2003г.).

Структура диссертации определяется целями и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и библиографии.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы; раскрываются цели, задачи, научная новизна, практическая значимость диссертации; указываются методы, материалы и теоретическая основа диссертации.

Первая глава диссертации озаглавлена «Анализ в российской печати проблем формирования новой национальной идеи (1991 – 2003 гг.)». В первом параграфе анализируются материалы дискуссии в российской печати в 1991-1995гг. по проблемам формирования российской национальной идеи. В этот период в общественно-политической сфере эту тематику активно разрабатывали в основном политические и общественные деятели национально-патриотической ориентации, такие как В.В. Аксютин, А.А. Проханов, А.Л. Янов, Ю.Ю. Булычев, Е.С. Троицкий и др. Следовательно, и публикации появлялись чаще всего в соответствующих изданиях, таких как «Москва», «День», «Молодая гвардия» и т.п. В этих статьях говорилось обычно не о «национальной идее», а именно о «русской идее» (такое название она получила в произведениях классиков русской философской мысли конца XIX – первой половины XX вв.).

С начала 90-х гг. наблюдается так же рост интереса к идеям евразийства. Это идеологическое течение, сформировавшееся в среде русских эмигрантов в 20-е гг. XX века, вновь возвращается на политическую сцену. В средствах массовой информации стало появляться много публикаций сторонников евразийства, выступающих за особый путь

развития России. Возрождение интереса к евразийству обусловлено духовной ситуацией после распада Советского Союза. В сложной обстановке начала 90-х гг. некоторые из особенностей этой идеологии оказались очень привлекательными как для интеллигенции, так и для широких кругов политической общественности России.

Особой темой обсуждения в печати в этот период стала проблема взаимосвязи «русского» и «российского». Высказывалось две основных точки зрения по этой проблеме. Часть авторов (В.А. Никонов, А. Ахутин и др.) утверждала, что русская идея ведет к шовинизму и национализму, и что российская национальная идея должна быть денационализированной. Другие авторы, например А.И. Солженицын, утверждали одинаковое право на существование как русской, так и российской идеи.

Во втором параграфе рассматривается следующий этап развития дискуссии о национальной идее – 1996–1999 гг. После того, как в 1996 году президент Б.Н. Ельцин заявил о необходимости приступить к разработке национальной идеи и национальной идеологии, дискуссия вышла на принципиально новый уровень. Если ранее этой темой занимались в основном специалисты – историки, философы (чаще всего в научных журналах), или политики национально-патриотического толка, то теперь обсуждением проблемы занялись центральные общественно-политические издания, известные государственные и политические деятели всех направлений.

Практически все авторы рассмотренных в этом параграфе публикаций констатировали возникновение духовного или ценностного вакуума вследствие крушения прежней системы ценностей. Но выводы из этого делаются диаметрально противоположные. Часть публикаций по данной проблеме носит более или менее выраженный негативный характер. Определенную роль сыграло то, что инициатива поиска национальной идеи исходит от власти, и это воспринимается как курс на идеологическое манипулирование, стремление новой политической элиты превратить население в послушное орудие реализации своей воли.

Есть немало ученых, политиков, кто в выдвигении национальной идеи видит лишь отрицательные последствия (А.О. Чубарьян, Д.С. Лихачев).

Следует заметить, что в отечественной публицистике последних лет достаточно частотным стало сопоставление постсоветской России с Веймарской Германией, вследствие чего даже появился и обрел популярность термин «Веймарская Россия».¹ Сторонники данной аналогии

¹ См.: Соколов М. Веймарская Россия // Известия, 1998, 3 июля; Орлов Б. Политическая культура России и Германии. Попытка сравнительного анализа. – М.: ИНИОН, 1995; Земляной С. Куда идешь? // Независимая газета, 5 декабря, 2000.

склонны рассматривать происходящее в России в конце XX века в свете первой и неудачной попытки немцев создать республику, базирующуюся на либеральных ценностях, и находить тревожное множество сходных черт и признаков.

Однако большая часть участников дискуссии по проблемам идеологии современного российского общества все же считает, что преодолеть кризис поможет некая идея, консолидирующая общество – общие цели, интересы, вера в будущее, что и позволит легче перенести трудности переходной эпохи. Многие публикации, посвященные этой теме, предлагают в качестве выхода из образовавшегося духовно-ценностного вакуума возврат к «корням», тем идеалам и ценностям, которые были присущи дореволюционному прошлому России. При этом определенной популярностью пользуются и имперские идеи, и ортодоксально коммунистические, и идеи реставрации монархии, и тезис о необходимости возврата к православным ценностям.

Многие участники дискуссии стремятся максимально деидеологизировать и деполитизировать национальную идею, приблизить ее к мечтам и надеждам такого человека, который озабочен лишь своим личным благополучием (Н. Шмелев, А. Загородников).

Нередко делаются попытки выразить суть национальной идеи в виде девиза или фразеологической формулы, содержащей наиболее знаковые, ключевые слова наподобие известной уваровской триады «Православие, самодержавие, народность». Например, группа ученых из Института философии РАН – Т.А. Алексеева, Б.Г. Капустин, А.А. Кара-Мурза, И.К. Пантин – считают, что ключевыми ценностями общенациональной идеи являются: «Отечество, справедливость, достоинство человека»; Г.В. Осипов выдвигает формулу «Духовность, народовластие, державность»; А.Н. Сахаров предлагает триаду «Свобода, личность, сильное народное государство»¹.

Все исследуемые в этом параграфе публикации, конкурсы, дискуссии и «круглые столы» выявили большой разброс мнений в обществе по вопросу о том, какова же все-таки должна быть русская национальная идея сегодняшнего дня. Предлагаются идеи от ортодоксально-коммунистических, до либерально-вестернизаторских, но ни одна из них все еще не способна занять доминирующее положение. В отличие от классических западных демократий, где при всем идейном плюрализме, все же существуют неоспоримые высшие ценности и лидирующие идеологии, специфика России проявляется в отсутствии сколь либо явно выраженных наиболее общих идей, объединяющих общество.

¹ См.: Челышев Е.П. Национальная идея и национальный гимн//Москва, 1998, №2

Очевидным подтверждением того, что попытки формирования национальной идеи и национальной идеологии при помощи общенациональной дискуссии оказались неудачными, являются события декабря 1999 г. – «добровольный» уход в отставку президента Б.Н. Ельцина. Это решение первого президента РФ стало еще одним доказательством того, что правительство зашло в идеологический тупик и не смогло предложить пути выхода из него.

Поэтому борьба различных политических сил за то, чтобы олицетворять собой наиболее точное и верное выражение национальной идеи, становится важнейшей частью борьбы за власть в современной России. И часто решающую роль в этой борьбе играет умение использовать в своих целях средства массовой информации.

В третьем параграфе изучаются материалы обсуждения в печати новых законов о государственной символике России.

На рубеже XX и XXI веков вопрос о государственной символике вызвал широкий резонанс в России, затронув все слои общественности. Это связано с тем, что различные политические силы страны не смогли прийти к единому решению по данному вопросу. В результате в течении почти 10 лет в России не было законодательно утвержденных государственных символов, что являлось признаком идеологического кризиса и переходного характера политической системы страны.

Однако на протяжении всех 90-х гг. в действиях власти в сфере идеологии явно прослеживалась тенденция к акцентированию связи посткоммунистической России с ее имперским прошлым (согласно президентскому указу от августа 1991 года флагом России стал бело-сине-красный флаг, бывший государственным до 1917 года; в ноябре 1993 года государственным гербом стал двуглавый орел со скипетром и короной; восстановлен Храм Христа Спасителя и дворцы Кремля; Николай II канонизирован как «срастотерпец» и т.п.). Это позволяло правящей элите преподносить себя в качестве группы, призванной восстановить страну в ее прежнем величии.

Предлагая компромиссный вариант государственной символики президент В.В. Путин сделал попытку привести страну к национальному примирению. По мнению сторонников предложенного им варианта решения проблемы, он имеет одно очень важное преимущество: соединяя в символике государства три символа разных эпох (великокняжеской, царской, советской) президент восстанавливает преемственность всей российской истории. Однако, проанализировав материалы прессы, посвященные теме государственной символики, автор пришел к выводу, что несмотря на то, что закон о государственных символах был принят, это не способствовало консолидации общества и не помогло в поисках новой национальной идеи. Скорее наоборот, дискуссия в средствах массовой

информации выявила глубокий раскол в обществе по всем вопросам, связанным с идеологией, национальной идеей, символикой, оценкой прошлого России.

Во второй главе «Роль средств массовой информации в формировании нового менталитета россиян» изучается негативное влияние российских СМИ на сознание аудитории.

Влияют ли СМИ на массовое сознание или нет – так вопрос уже давно не ставится. Сегодня речь идет о характере или степени этого влияния. Довольно распространено представление о том, что массовое сознание и поведение людей существенно зависит от информационного поля, создаваемого СМИ. Более того, отдельные исследователи массовых коммуникаций (а вместе с ними и многие политики и журналисты) с недавних пор начали говорить о грядущей эпохе «медиакратии» - власти СМИ, которые уже не только отображают и интерпретируют действительность, сколько конструируют ее по своим правилам и усмотрению. Действительно, как показывает история, в определенные периоды сила политического влияния СМИ становится сопоставимой с силой государственной власти. При таком понимании деятельности СМИ их правомерно рассматривать как своеобразную форму власти.

Какова же роль «четвертой власти» в формировании новой идентичности России? На наш взгляд, уже более 10 лет в России идет последовательное, целенаправленное изменение менталитета людей. Это происходит путем разрушения традиционных ценностей, символов, обычаев. И прежде всего разрушается образ России как «великой державы», из сознания людей вытравливается само ощущение причастности к великой нации и внушаются якобы присущие ей ущербность и варварство. Делается это двумя способами: так сказать, «академическим» и «массовым». Первый из них направлен на вполне respectable дискредитацию в серьезных научных изданиях и передачах телевидения всего российского – истории, традиций, культуры, в том числе и национальной идеи. Второй основан на создании некоего имиджа нового образа жизни, который должен подчинить себе души «новых русских».

В первом параграфе второй главы исследуется первый способ, так как именно он направлен на манипуляцию сознанием образованной части общества.

Прежде всего дискредитацией российской истории и культуры занимаются западные «ученые», чьи публикации достаточно часто появляются в отечественных научных изданиях. В этом нет ничего удивительного. Многочисленные высказывания идеологов нового мирового порядка и практические действия ведущих стран Запада и международных организаций в отношении России не оставляют сомнений,

что в рамках нового мирового порядка ей отводится роль сырьевой колонии, назначение которой – смягчить последствия сырьевого и экономического кризисов, угрожающих благополучию и стабильности развитых стран. При таком развитии событий России не нужна и даже противопоказана национальная идея.

Однако, что касается критики России и создания ее негативного образа, большую роль в этом играет деятельность отечественных СМИ. С начала 90-х гг. главным тезисом реформаторов, многократно повторенным демократической прессой, стал тезис о необходимости перестроить нашу культуру, законы, хозяйство так, чтобы стать «нормальной страной». На страницах газет и в комментариях телеведущих слово «нормальный» понимается как синоним «идущий вровень с Западом, разделяющий его стандарты, уровень жизни и достоинства демократического общества». При этом неудачи в экономике и политике автоматически проецируются и на такие понятия, как российская история, культура, традиции, особенности национального характера и т.п. Во всем пытаются найти признаки «ненормальности», «упадка», «тупика».

Главным поводом для негативной оценки России и россиян стали экономические трудности, связанные с тяжелым переходом от социализма к капитализму. Значительная часть российской интеллектуальной элиты оказалась не в состоянии ни объяснить причины разительного расхождения между декларированными целями и промежуточными итогами реформ, ни предложить приемлемые рецепты выхода из кризиса. В этой ситуации в качестве главного препятствия реформ стали все чаще называть некие особенности российского массового сознания, которое будто бы органически не способно к восприятию демократических ценностей, нетоталитарных форм общественного развития. Духовное пространство общества наполнилось идеями, сюжетами о малой жизненной энергии россиян, вспомнился тезис некогда великих вождей и писателей о том, что русский человек плохой работник. Возникла ситуация, дающая повод считать, что россияне не приспособлены к рынку, нежизнеспособны, неконкурентоспособны.

С помощью интервью, статей распространялась мысль о том, что Россия – лишь развивающаяся страна. Получался весьма неутешительный вывод. Если материальный уровень жизни россиян находится на уровне слаборазвитых стран, то это означает, что Россия относится к типу развивающихся стран и россияне на лучшую долю не вправе рассчитывать.

По итогам дискуссии о национальной идее был выпущен сборник «Россия в поисках идеи. Анализ прессы»¹. На примере этого сборника

¹ Россия в поисках идеи. Анализ прессы. Рабочие материалы. Выпуск 1. – М., 1997.

можно сделать выводы о том, как видят Россию наши пишущие люди, так как наиболее ценным в этих материалах было то, что в подтверждение своих доводов каждый автор излагал свое понимание России и нынешнего этапа ее развития. Большинство участников дискуссии употребляло слово «Россия» только с такими прилагательными, как «многострадальная», «истерзанная», «униженная», «горемычная», «нищая», «немытая», «деспотичная», «великая, но несчастная», называли ее «громдой средневековой империей», где «бесправие всегда было уделом российского гражданина».

Возникает вопрос: откуда берутся эти безнадежные оценки России, это, по сути, пораженчество – часто обращенное в прошлое, но подразумевающее настоящее и не оставляющее надежд на лучшее будущее?

Ученые психологи считают, что такая «пораженческая» установка есть достаточно сложный феномен общественной психологии, для определения которого существует специальный термин – «катастрофизм». Многие журналисты, пишущие о проблемах России, «заражены» катастрофизмом и продуцируют его на читательскую аудиторию. Изучению причин и последствий этого явления посвящен второй параграф второй главы.

Важнейшими темами новостей в сегодняшних российских средствах массовой информации являются всевозможные катастрофы, войны, убийства, терроризм, стихийные бедствия, экономические потрясения и т.п. Такой поток «негатива» давит на сознание аудитории, внося апокалипсис и никчемность человеческого бытия.

Журналист, «зараженный» катастрофизмом, во всем находит повод для критики, возмущения и мрачных пророчеств, даже когда речь идет о нейтральном или положительном событии или факте. Аудитория постоянно читает в газетах и слышит с телевизионного экрана избитые фразы типа «хотели как лучше, а вышло как всегда», «социальный взрыв», «коммунистический реванш», «непредсказуемые последствия» (когда они полностью предсказуемы), «русский бунт, бессмысленный и беспощадный» и т.п. Журналисты любят давать своим материалам заголовки, наводящие на мысль о «конце России»: «Тупик русского пути» (Новая газета, 2000, №17), «Угроза национальной безопасности реальна» (Независимая газета, 2001, 18 янв.), «Нас ждет грозное столетие войн» (Мир за неделю, 2000, 18 марта), «Почему в России нет государства?» (НГ-сценарии, 2001, №1).

Образ грядущей катастрофы в России стал за последние 10 лет орудием политической борьбы. Именно к такому выводу пришел известный эксперт в этой области профессор Борис Грушин, проанализировав материалы московской прессы, опубликованные в

ходе избирательной кампании в думу в октябре – ноябре 1995 года. В условиях системного кризиса российское общество в связи с выборами интенсивно подвергалось тотальному воздействию средств массовой информации, которые нагнетали атмосферу опасности гражданской войны, экономического кризиса, голода и т.п. По мнению Б. Грушина, незатухающие разговоры о гибели России сводятся к ограниченному набору смысловых клише:

- «страна оказалась на краю пропасти (катится в пропасть)»;
- «государство обречено на гибель (гибнет на глазах)»;
- «надо немедленно спасти Россию! (спасти Россию – наш долг!)»;
- «правители ввергли страну в катастрофу»;
- «экономика страны полностью разрушена»;
- «идет процесс физического вымирания нации»...¹

Как показывает история, в кризисной ситуации всевозможные представления о гибели государства рождаются, как правило, в недрах непросвещенного сознания широких народных масс – либо анонимно, спонтанно, либо с участием «народных лидеров» - идеологов-пророков, искусно эксплуатирующих темноту и отчаяние масс. Напротив, в качестве «опровергателей» подобных прогнозов обычно выступают представители наиболее просвещенной части общества – политики и журналисты, ученые и деятели культуры.

Однако в нынешней российской ситуации, главные персонажи, продуцирующие образы гибели страны, - это: руководители исполнительной власти; политики высшего эшелона из кругов оппозиции; средства массовой информации (особенно те, что специализируются на тотальной критике руководства страны); многочисленные интеллигенты и полунинтеллигенты. Широкие массы населения, за редким исключением, не выступают в подобной роли.

В третьем параграфе второй главы изучается роль СМИ в процессе разрушения традиционных ценностей и символов.

На протяжении целого десятилетия российские СМИ последовательно и целенаправленно вели работу по изменению менталитета нации. В сознании людей разрушались и дискредитировались важные символические образы и понятия, которые являются скрепой, связующей народ в единое целое. Разрушались традиционные ценности, и вместо них навязывались новые. СМИ создавали определенный имидж нового образа жизни, к которому должны стремиться россияне. И главной составляющей этого имиджа является идеология потребления, которая традиционно не присуща российскому самосознанию и образу жизни.

¹ Независимая газета, 1996, 12 янв.

В качестве важной задачи выдвигалось формирование «новой ментальности», «нового типа личности» и «общеевропейского самосознания», на деле превратившееся в пропаганду нового мировоззрения, основанного на индивидуализме, защите частной собственности, материального благополучия, и выраженного в собственном доме, собственном деле, личном автомобиле и т.д.

С помощью СМИ делается беспрецедентная попытка в несколько лет перестроить тип мышления большинства населения страны. Об этом свидетельствуют, например, многочисленные социологические исследования, проводившиеся в 90-е гг. Исследования показывают, что во второй половине 90-х гг. ценности духовно-нравственного характера постепенно вытесняются ценностями материального, прагматического характера. Так, если еще в 1995 году две трети населения России отдавали приоритет ценности свободы над ценностью материального благополучия, то всего через два года, в 1997 году две трети населения страны материальное благосостояние ставили значительно выше ценности свободы. Аналогичным образом поменялись местами ценность интересной, творчески содержательной работы с ценностью величины оплаты за нес¹. Такой сдвиг в сознании россиян ученые объясняют не только общим ухудшением социально-экономического положения в стране, но и в не меньшей степени, «массированной и агрессивной пропагандой индивидуалистических потребительских ценностей и идеалов, обогащения как главного критерия жизненного успеха, которая ведется во многих средствах массовой информации, в первую очередь электронных (радио, телевидение)»².

В этом параграфе рассмотрены так же способы разрушения и дискредитации таких символов и понятий, как семья, российская история, армия, Великая Отечественная война.

В третьей главе «Отражение особенностей русского национального менталитета в языке прессы» изучаются изменения, происходящие в языке российской прессы с начала 90-х гг.

Сегодня через язык осуществляется мощное давление на нашу ментальность. Наиболее наглядно этот процесс идет в средствах массовой информации. Он связан, прежде всего, с огромным наплывом американизмов, жаргонизмов, арготизмов на страницах газет и журналов. с неправильным использованием исконных русских слов и выражений.

¹ Кочетков А.П. Россия на пороге XXI века. – М.: Христианское издательство, 1998 – С.118.

² Алексеев С.В., Каламанов В.А., Черненко А.Г. Идеологические ориентиры России. М.: Книга и бизнес. – С.128.

Одной из главных проблем современного русского языка является смешение стилей, когда внелитературные слова и конструкции оказываются в непосредственном соседстве с собственно нормативными, по большей части соседстве противоестественном, поскольку обращение к ним не оправдано каким-либо изобразительным мотивом. Причем главной тенденцией в этой стилистической «раскрепощенности» является общая сниженность. Просторечие, устно-бытовая речь, а нередко и жаргоны проникают в письменно-книжные жанры прессы, в радио- и телевизионные передачи.

Происходит постепенное устранение глубинно символических значений, что привело к развитию слов максимально родового значения (гиперонимов), заменяющих собою все возможные оттенки смысла и значений: торжество>фестиваль, скорбь>трагедия, собрание>форум, соборность>коллектив, достоинство>престиж и т.п. Усреднение языка прямым образом связано с нарушением национальной формы сознания через разрушение системы русских слов.

Одним из признаков усреднения языка в прессе являются попытки использовать элементы устной («спонтанной, естественной») речи на письме – в газетах и журналах культивируется своего рода «оживляж» под речь «простого человека»: «Чубайс *примазывается* к чужой славе» (Советская Россия, 2000, 26 дек.); «...впервые в жизни *раскорячились* на лыжах, поскольку поступила команда на неуклонное оздоровление нации» (Комсомольская правда, 2002, 9 янв.). Разрушение необходимой границы между «серьезными» стилями и устно-бытовыми типами речи, столь характерное сегодня для газетной практики, является лишь рефлексом происходящего в речи общества в целом или в речи некоторых его влиятельных слоев.

Слова разговорно-просторечной принадлежности часто не отделимы от жаргонизмов. Так, с появлением в газетах уголовной хроники в общий язык хлынул блатной жаргон, не говоря уже о «приблатненных» просторечных элементах. В литературный обиход входят иногда целые пучки образов, ранее характерных только для жаргона. Типичный пример – понятие «наезхать», «накатить», «достать», «напрячь» в смысле сделать объектом каких-либо, обычно преступных действий: «После множества реформ, *напрягавших* нас с вами, власть, наконец, собирается попробовать преобразовать саму себя» (Независимое обозрение, 2002, №3).

Пропагандируют жаргон и придают ему некую авторитетность появившиеся в газетах 90-х описания светских событий, игр в казино, ресторанных приемов и развлечений «ночной жизни». Как правило, это увязывается со звездами эстрады, известными деятелями искусства, так называемым «бомондом». Возник своеобразный «тусовочный жаргон»:

«ловить кайф», «прикид», «балдеть», «тащить», «оттягиваться», «зависать» и т.п.

Привлекая журналистов и читателей грубоватым остроумием и оригинальностью, жаргон в то же время является выразителем особой, вульгарной и даже уголовной идеологии. Огрубляется, становится примитивным не только язык, но и мировоззрение говорящего. Нельзя забывать, что журналистика – область общественно-политической деятельности, поэтому мировосприятие журналиста, его моральные принципы, отношение к окружающему миру и происходящим в нем процессам, оказывает огромное влияние на аудиторию. Используя в своей речи и текстах жаргонные выражения уголовников, наркоманов и других маргинальных слоев общества, журналист, по сути, пропагандирует соответствующий образ жизни, идеологию, менталитет.

Однако самой яркой чертой сегодняшнего языкового развития ученые считают заимствования из американского варианта английского языка. В годы перестройки в сознании многих россиян, особенно молодежи был создан образ Америки как символа свободы и процветания. США предстали в качестве центра, излучающего привлекательные технические новшества, образцы общественного порядка и экономического благосостояния, стандарты жизненного уровня, эстетические представления, эталоны культуры, вкусы, манеры поведения и общения. Поэтому, естественно, названия идут оттуда, откуда берем навыки, вещи и моду.

Жизненно оправданными представляются обозначения новых (или прочно забытых) явлений рыночной экономики, а также новой техники и технологии, такие как «компьютер», «модем», «принтер», «сканер», «акция», «брокер», и т.п. Пресса, радио и телевидение распространяют новые термины, делом доказывая, что язык массовой коммуникации развивается с опережением и сильно воздействует на все стили языка.

Сейчас английские слова заимствуются даже когда налицо не менее точные русские эквиваленты, например: «шоу» (представление), «имидж» (образ), «конверсия» (преобразование), «стагнация» (застой), «консенсус» (согласие), «плюрализм» (многообразие мнений), «коррупированный» (продажный), «пилотный» (опытный) и т.п.

Нельзя не упомянуть, что эти слова часто содействуют интернационализации – процессу, несомненно, прогрессивному, пока он не покушается на этническую самобытность. Однако существует некая норма поглощения иностранных слов русским языком, и сегодня она, несомненно, превышена. Это приводит к вытеснению коренных русских слов, а вместе с ними и снятию важных национальных образов мира, традиционно присущих русской ментальности и сохраняемых внутренней формой славянского слова. В результате происходят на первый взгляд

незначительные, но на самом деле очень важные, глубокие изменения в менталитете людей. Мы начинаем воспринимать явления окружающего мира через категории чужого нам языка.

В **Заключении** обобщаются результаты проведенного исследования; делается вывод о том, что дискуссия в прессе по вопросу о национальной идее не имела большого значения для ее формирования. Напротив, деятельность современных российских средств массовой информации оказывает разрушающее действие на менталитет нации, создавая негативный образ России, разрушая традиционные ценности и символы, что препятствует формированию национальной идеи.

По проблематике диссертации автором опубликованы следующие работы:

1. Отражение особенностей русского национального менталитета в языке прессы // Журналистика и общество. Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН. – 2002, №2. – С.79-83.

2. Язык прессы и идеология: отражение тоталитаризма и посттоталитаризма (XX – начало XXI в.) // Журналистика и общество. Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН. – 2003, №3. – С.57-60.

3. Роль СМИ в формировании национальной идеи и нового образа России // Журналистика и общество. Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН. – 2003, №3. – С.122-125.

Шангина Анна Юрьевна (Россия)
Российская печать о формировании национальной идеи в России (1991 – 2003гг.).

Диссертация посвящена изучению роли российской печати в формировании национальной идеи в России в 1991 – 2003гг.

В рамках работы проведен анализ опубликованных в прессе материалов дискуссии по проблеме российской национальной идеи; рассмотрена роль средств массовой информации в процессе дискредитации традиционных символов и создания новых ценностей в сознании россиян; изучены изменения, произошедшие в языке прессы за последнее десятилетие. Сделаны выводы о негативном влиянии российской печати на формирование национальной идеи и нового менталитета россиян.

Anna U. Shagina (Russia)
The Russian press about forming the national idea of Russia (1991 – 2003).

The thesis is devoted to the studying of the role of the Russian press in forming the Russian national idea in 1991-2003.

Within the bounds of the work the press publications on the question of the Russian national idea were analyzed; the role of the mass-media in discrediting of traditional symbols and creation of new values in consciousness of the Russians was considered; the changes, that have happened in the language of the press for the last ten years were studied. The author came to the conclusion about the negative influence of the Russian press on forming the national idea and the new mentality of the Russians.

Подписано в печать 13.11.03 Формат 60×84/16.
Тираж 100 экз. Усл. печ. л. 1 . Заказ 868

Типография Издательства РУДН
117923, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

2003-A

18747

■ 18747