

СОЦИАЛЬНОЕ НАСИЛИЕ И ТОЛЕРАНТНОСТЬ: РЕАЛЬНОСТЬ И МЕДИА-ОБРАЗЫ

Несколько слов о методике

С целью выявления толерантных и интолерантных установок, транслируемых на аудиторию средствами массовой информации, в ходе реализации проекта, выполненного в рамках Федеральной целевой программы, был проведен анализ электронных версий ряда общефедеральных изданий, выходящих в Москве, и местных изданий, выходящих в 29 регионах России. Анализируемый корпус текстов составили электронные версии газет, выпущенные в период с марта по август 2002 года и с марта по апрель 2003 года.

Анализ сплошного массива текстов СМИ за определенный промежуток времени, без предварительного отбора текстов, содержащих внешние признаки интолерантности, позволяет избежать опасности субъективной оценки текстов кодировщиком: в каждом отдельном случае оценивается отдельный конкретный текст, выявляются содержащиеся в нем утверждения с признаками толерантности/интолерантности по отношению к конкретному объекту, описываемому в тексте.

Отбор изданий для анализа основывался на показателях рейтинга - средней величины аудитории одного номера, полученных медиаметрической фирмой Gallup Media в 2002 г. на выборке, репрезентативной относительно городского населения России от 16 лет. Величина выборки порядка 53 тысяч человек.

В выборку были включены три самые читаемые газеты общероссийского распространения: "Аргументы и факты", "Комсомольская правда" и "Московский комсомолец" за период март - апрель 2003 года. Общее количество проанализированных публикаций - 2251.

В каждом регионе в выборку попали местные издания, занимающие 1-3 места по величине рейтинга (в Республике Удмуртия в выборку включены два издания, присутствующие в рейтинговой таблице, а в Ленинградском регионе для повышения уровня представительности анализировалось дополнительно четвертое издание). Исключались те издания, которые являются региональными модификациями (выпусками) общероссийских изданий "Аргументы и факты", "Комсомольская правда", "Московский комсомолец", а также собственно общероссийские издания (не имеющие региональных выпусков).

В выборку включались только издания газетного типа с универсальной (общественно-политической) тематикой, имеющие электронную версию.

Для отбора номеров ежедневных газет использовалась "пошаговая" методика: отбирались номера, выходящие по средам, для газет, выходящих чаще 1 раза в неделю, и все номера еженедельных газет. В каждом номере в выборку включались все материалы, за исключением рекламы, погодных и астрологических прогнозов, игр и т.п. При этом в выборку попали анекдоты, сказки, рассказы, притчи, басни, стихи.

Исследование федеральных печатных СМИ проводилось, в основном, с использованием контент-анализа - метода, где единицей наблюдения является текст, под которым понимается любое законченное произведение, имеющее самостоятельный заголовок и/или графическое выделение на полосе, а также выполняющее автономную коммуникативную функцию⁹.

В рамках данного исследования единицей наблюдения считался отдельный

законченный текст. Были определены следующие категории анализа.

1. Наличие отношения толерантности/интолерантности

- отсутствует
- присутствует

2. Тематические блоки

- Политика, государство, власть
 - политическая ситуация в стране
 - государственные структуры
 - предвыборная ситуация
 - политические партии
 - политики
 - права человека
 - проблемы гражданства
 - силовые структуры
 - война в Ираке
 - другое
- Экономика и бизнес
 - экономическая ситуация
 - вопросы собственности
 - финансовая политика, банки
 - предпринимательство
 - вопросы промышленности, транспорта, строительства, сельского хозяйства
 - налоги
 - другое
- Социальная и гражданская сферы
 - условия жизни людей
 - выплата пенсий, пособий
 - безработица
 - бомжи, беспризорные

- механизм социальной защиты
- социальная медицина
- федеральная целевая программа
- проблемы ЖКХ
- отношение к жителям других городов
- другое
- Духовная сфера, культура
- наука, искусство, образование
- духовные ценности, национальная идея
- культура российская и западная
- национальный вопрос
- деятельность СМИ
- религия
- спорт
- другое

3. Автор публикации (определяется по подписи, рубрике, заголовку, "лиду", самому содержанию текста)

- Внештатный журналист
- Представитель власти
- Исследователь, эксперт
- Представитель общества (гражданин)
- Официальное сообщение
- Сотрудник редакции
- Реклама
- Документ
- Информационное агентство
- Не определяется

4. Субъект транслируемого мнения (не совпадающий с автором)

- Внештатный журналист
- Представитель власти

- Исследователь, эксперт
- Представитель общества (гражданин)
- Официальное сообщение
- Сотрудник редакции
- Реклама
- Документ
- Информационное агентство
- Не определяется

5. Принадлежность автора к проблемной группе

- По национальности
- По религии
- По социальной группе
- По политике
- Не обнаружена

6. Принадлежность субъекта транслируемого мнения к проблемной группе

- По национальности
- По религии
- По социальной группе
- По политике
- Не обнаружена

7. Организации, ведомства, субъекты деятельности

- Президент РФ
- Премьер-министр РФ
- Правительство РФ
- Госдума РФ
- Мэр Москвы
- Мосгордума
- Московское правительство
- Губернатор Московской области

- Управление городского и районного уровней
- Суд, прокуратура
- Милиция, ГАИ
- ФСБ
- Армия
- ЖКХ
- Банки
- Общественные организации
- Профсоюзы
- Экологические организации
- Правозащитные организации
- Политические партии
- СМИ
- Религиозные движения
- Другое

8. Личности (определяются в процессе анализа)

9. Политические партии

- Единая Россия
- КПРФ
- ЛДПР
- Либеральная партия
- Народная партия
- СПС
- Яблоко
- Другое

10. Национальности

- Азербайджанцы
- Американцы
- Англичане

- Арабы
- Армяне
- Грузины
- Евреи
- Китайцы
- Корейцы
- Курды
- Немцы
- Русские
- Украинцы
- Французы
- Чеченцы
- Другое

11. Религии

- Буддизм
- Ислам
- Иудаизм
- Христианство, в том числе:
 - католицизм
 - православие
 - другие христиане

12. Явления и процессы

- Обогащение
- Бедность
- Нищета
- Наркомания
- Алкоголизм
- Проституция
- Миграция

- Безработица
- Вынужденное переселение
- Бомжи
- Беспризорность
- Заключение

13. Пол

- Мужчины
- Женщины

14. Возрастные группы

- Дети
- Подростки
- Молодежь
- Возраст активной жизненной позиции
- Старика

15. Социально уязвимые группы

- Больные
- Инвалиды
- Сексуальные меньшинства
- Другое

16. Социальные группы

- Рабочие
- Сельские труженики
- Коммерсанты
- Госслужащие
- Интеллигенция
- Пенсионеры и ветераны
- Силловые структуры
- Спортсмены
- Другое

При исследовании региональных (и некоторых федеральных) СМИ был использован интент-анализ - метод выявления и объективирования неявных форм словесных воздействий, где единицей наблюдения является высказывание, отражающее отношения толерантности/интолерантности.

Единицей анализа в данном случае служит интенция, то есть упоминание, несущее в себе оценочную информацию, выраженную либо эксплицитно, либо имплицитно.

Термином "интенция" в психологии обозначается субъективная направленность на некий объект, активность сознания субъекта. Для интенций характерна двусоставная структура, выражение каждой интенции предполагает обозначение ее объекта и отношения к нему говорящего либо пишущего субъекта¹⁰. Так, фраза "Временным также является и засилье евреев в идеологических сферах", опубликованная в воронежской газете "Берег", в качестве объекта выделяет национальность - евреев, и выражает свое негативное отношение к ним и их присутствию в сфере идеологии. Объектом высказывания может быть любой объект мира. Специфичным является то, какие объекты выбираются и какое отношение к ним высказывается. Другая особенность интенций состоит в том, что формы их выражения очень разнообразны, нестандартны и могут быть как прямыми, открытыми, так и косвенными, неявными. Например, фраза все из той же газеты: "Здесь, видно, оперились [казахи] - табличка на прилавке: "Снимем однокомнатную квартиру". Какая польза от них Воронежу? Да никакой. А вот если бы они мели улицы..." содержит косвенную интенцию. Совершенно очевидно, что автор текста вовсе не заботится о чистоте улиц Воронежа, а выражает свое негативное отношение к объекту - казахам, которые хорошо устроились на новом месте ("оперились") и работают в выгодной сфере ("табличка на прилавке"), а не метут улицы, как этого хотелось бы автору.

Выявление толерантных и интолерантных установок предполагает еще одну сложность - лингвистическую форму высказываний. Одна и та же установка может быть выражена предельно просто: "Теперь о том, давать ли китайцам, месхетинцам и "разным прочим шведам" приют на нашей российской территории. Ответ однозначный - нет. Исторические примеры такой доброты и щедрости печальны" (газета "Берег"). Либо более усложненно: "Необходимо следить за незаконными мигрантами" (газета "Вечерний Екатеринбург"). Это один пример. Приведем еще один: "[США] это разъяренная страна, ставшая "мировым полицейским" ("Уральский рабочий") и "А в целом статья классная. Хотя бы уже потому, что выставляет на суд читателя ближайшие планы США. Ваш призыв ликвидировать ООН как атавизм, мешающий соблюдению прав американского человека, услышан. Удачи не желаю" (федеральные "Ведомости"). Очевидно, что данные утверждения необходимо квалифицировать как единое убеждение, и этот подход лежит в основе нашего исследования. Тут важно понимать, что внешняя, лингвистическая форма речи, используемые слова, грамматические конструкции выражают только техническую сторону, высвобождая для восприятия читателя только систему смыслов.

Единицей анализа в применяемом нами методе служит не простое количество упоминаний, как в контент-анализе, а интенция, то есть упоминание, несущее в себе оценочную информацию, выраженную либо эксплицитно, либо имплицитно.

При анализе толерантности мы выделяли как интолерантное отношение к объектам, так и толерантное. В данном случае учитывалось, что явление толерантности/интолерантности во многом строится на явной или неявной дихотомии. Выделяя один объект в качестве враждебного, мы предполагаем существование другого объекта, более дружественного. Часто в качестве дружественного объекта, выступает сам субъект высказанного убеждения, либо поддерживаемая им

социальная, национальная или религиозная группа.

Выделенные интенции заносились в соответствующую графу в Шаблоне для интент-анализа. Шаблон - таблица в формате Excel - состоит из граф, в которые вносятся определенные характеристики анализируемых текстов. Каждый файл содержит данные по одному региону, каждая страница в файле - данные по отдельному изданию.

Внешний вид таблицы следующий:

Категория Негатив Позитив Контекст Интенция Характеристика Объем материала (в знаках)

В графе "Категория" эксперту были представлены четыре категории: "Социальные группы", "Национальности", "Религии", "Организации и ведомства", каждая составляющая которых является возможным объектом проявления толерантности/интолерантности со стороны СМИ.

Полученный массив данных анализировался с помощью метода кластеризации данных и составления "ментальных карт". Эти методы были разработаны в рамках современной когнитивной психологии и психолингвистики. При продуцировании текста и его понимании в психике человека формируется ментальная модель обсуждаемой ситуации. Модель содержит в себе информацию о текущей действительности, событиях, их участниках, а также долговременные знания о мире, образующие общий контекст. Интенции выстраиваются в определенную систему смыслов, с помощью которой происходит оценивание окружающей среды. Данная система эксплицируется в текстах авторов в развернутом виде и обрастает не всегда существенными подробностями и деталями. Для представления адекватной ментальной модели необходимо представить содержание текста в достаточно компактной форме. Поэтому для наглядного и обобщенного представления ментальной модели применяется процедура "свертывания" анализируемых текстов. Такая визуализации данных называется в нашей работе "ментальная карта".

Процедура "свертывания текста" реализуется в два этапа. На первом этапе происходит выделение в анализируемом тексте исследуемых объектов. Основой выделения является его значимость (число упоминаний). На втором этапе происходит экспертная кодификация выявленных интенций, то есть определение степени толерантности высказывания (толерантный, нейтральный, интолерантный, - измеряемые по шкале от "+5" до "- 5"). Результаты проведенного анализа представляются в графической форме следующим образом: на оси X откладываются значения по оси по фактору оценки (негативная интенция - позитивная интенция), по оси Y - по упоминаемости исследуемого объекта (низкое внимание - высокое внимание). В результате получается наглядное представление "ментальной карты" степени толерантности анализируемого издания.