

СОЦИАЛЬНОЕ НАСИЛИЕ И ТОЛЕРАНТНОСТЬ: РЕАЛЬНОСТЬ И МЕДИА-ОБРАЗЫ**Отношение к СМИ как источнику информации о проблемах толерантности**

Большинство опрошенных (более 70 процентов) считает проблемы борьбы с нетерпимостью, агрессивностью, экстремизмом важными и актуальными для освещения в российских СМИ. Сознательных противников такой точки зрения немного - от 4 процентов (Самара) до 10 процентов (Санкт-Петербург). Остальные 16- 20 процентов затрудняются ответить (табл. 24).

Таблица 24. Распределение ответов на вопрос "Считаете ли Вы проблемы борьбы с нетерпимостью, агрессивностью, экстремизмом важными и актуальными для освещения в российских СМИ?"

Варианты	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Да	73.6	77.7	73.2	74.4	73.5
Нет	5.7	5.8	6.2	3.8	9.8
Затрудняюсь ответить	19.8	16.5	18.6	21.8	16.7

Однако это, что называется, оценка важности проблематики вообще. Что касается собственного отношения к соответствующим передачам и публикациям, то, как показало исследование, проблематика толерантности/интолерантности представляет собой предмет осознанного интереса для весьма незначительной части аудитории - от 7 (Воронеж), до 15 (Самара) процентов опрошенных (табл. 25). Гораздо больше тех, кто эту проблематику по тем или иным причинам игнорирует, даже если соответствующие публикации или передачи попадают им на глаза: от примерно 17 процентов в Новосибирске до примерно 35 процентов в Екатеринбурге. Большинство же относится к соответствующим материалам достаточно безразлично, но готовы их смотреть, читать и слушать, если они будут сделаны интересно и профессионально (от 57 процентов в Екатеринбурге до 77 процентов в Новосибирске). Это значит, что регулярное освещение этой проблематики в СМИ требует особого творчества и профессионального мастерства, выдумки и азарта.

Таблица 25. Отношение к публикациям, теле- и радиопередачам, в которых говорится о необходимости бороться с грубостью, агрессивностью, нетерпимостью

Отношение	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Ищу сам, читаю (смотрю, слушаю) с интересом	6.6	7.8	4.1	15.4	7.8
Читаю (смотрю, слушаю), когда попадает	72.6	57.3	77.3	64.1	59.8
Мне это не интересно	9.4	20.4	4.1	10.3	9.8
Я им не верю, а потому игнорирую	7.5	12.6	13.4	10.3	19.6

Другое отношение	3.8	1.9	0.0	0.0	2.9
------------------	-----	-----	-----	-----	-----

В ходе исследования была получена информация о том, по каким медийным каналам опрошенные получают информацию о проблемах толерантности/интолерантности. Как и следовало ожидать, это прежде всего телевидение (72-83 процента опрошенных), затем газеты (48- 55 процентов опрошенных), разговоры с друзьями и коллегами (21-47 процентов) и радио (19-40 процентов). Все остальное - Интернет, журналы, специальная литература - занимает в общем спектре информационных каналов весьма незначительное место (табл. 26).

Таблица 26. Каналы получения информации о борьбе с агрессивностью, нетерпимостью

Каналы информации	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Телевидение	81.1	80.6	72.2	83.3	78.4
Газеты	48.1	55.3	48.5	52.6	50.4
Разговоры с друзьями, коллегами	35.8	21.4	47.4	53.8	37.3
Радио	30.2	35.9	18.6	39.7	27.5
Интернет	6.6	11.7	19.6	7.7	17.6
Журналы	7.5	12.6	13.4	11.5	16.7
Специальная литература	7.5	1.9	6.2	10.3	10.8
Другие каналы	0.0	1.9	2.1	0.0	2.9

Оценивая роль российской прессы с точки зрения формирования установок толерантности и профилактики экстремизма в российском обществе (табл. 27), большинство опрошенных (от 56 процентов в Екатеринбурге до 68 процентов в Новосибирске) согласилось с суждением, что на сегодняшний день СМИ являются трибуной для высказывания различных, в том числе и экстремистских, взглядов. От 12 до 21 процентов опрошенных рассматривают СМИ как беспристрастного информатора, не имеющего собственной точки зрения. Примерно столько же (от 12 процентов опрошенных в Новосибирске до 23 процентов в Санкт-Петербурге) видят в СМИ сознательного пропагандиста экстремизма и насилия. Очень незначительное количество опрошенных увидели в СМИ пропагандиста установок толерантности (от 1 процента в Новосибирске до 8 процентов в Екатеринбурге).

Таблица 27. Роль российской прессы с точки зрения формирования установок толерантности и профилактики экстремизма в российском обществе

Роль СМИ	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Пропагандист экстремизма и насилия	15.1	15.5	12.4	15.4	23.5
Пропагандист установок терпимости и уважительности	6.6	7.8	1.3	5.1	3.9
Беспристрастный информатор, не имеющий собственной точки зрения	21.7	19.4	12.4	15.4	15.7

Трибуна для высказывания различных, в том числе и экстремистских взглядов	54.7	56.3	68.0	65.4	57.8
Другие роли	2.8	2.9	2.1	0.0	2.0