

СОЦИАЛЬНОЕ НАСИЛИЕ И ТОЛЕРАНТНОСТЬ: РЕАЛЬНОСТЬ И МЕДИА-ОБРАЗЫ

Медийные коммуникации и PR гражданского сектора в противодействии развитию насильственных форм конфликтов

Михаил БОГОМОЛОВ, директор Центра общественных связей "Гражданин"

В конце 80-х - начале 90-х годов, когда рухнула советская система, начались конфликты на Кавказе и появились серьезные основания для ожидания большого социально-гражданского взрыва в России, по Москве бродили какие-то невероятные толпы американских и европейских конфликтологов и миротворцев - исследователей, практиков-общественников, пропагандистов ненасильственного разрешения конфликтов. Проводились бесчисленные семинары, конференции, съезды, привозились кипы изданий на всех языках, финансировались бюллетени академических и общественных организаций России, редактором одного из которых - "Объединенные ненасильственные действия" - был ваш покорный слуга. К середине 90-х все это кануло в Лету. А российские граждане остались начинкой людоедского сэндвича между государственным насилием и уголовно-террористическим.

Куда подевались конфликтологи? Поняли бесперспективность своей работы на общественном поле и ушли в бизнес-консультанты? Или просто не были они конфликтологами, а на волне "борьбы с конфликтами" слегка заработали и отправились по воле новых "волн", как это часто бывает с "общественниками" по профессии? Время от времени понятие "конфликтология" всплывает, но исключительно в научном, исследовательском контексте, но никак не в связи с практикой разрешения конфликтных социальных коллизий. А ведь война и терроризм - крайние, острые, кризисные формы масштабных конфликтов, в сущности - попытки их насильственного разрешения. И вот СМИ постоянно констатируют рост уровня насилия, приводят статистику, перечисляют его виды и формы, приводят леденящие душу примеры. Но совершенно не говорят о ненасильственном разрешении и предупреждении конфликтов. Если только в специальных "женских-мужских" журналах публикуются советы, как не поссориться с любимым, да бизнес-издания пытаются общими словами рассуждать о путях выхода из деловых конфликтов. Основная же тема, связанная с конфликтными столкновениями интересов, преподносится в ключе "как победить", а не "как избежать" или "как решить". Присутствуют, конечно, в СМИ "рассказы о хороших людях", несущих в мир активное добро, сопротивляющихся насилию и учащих этому других. Но интонация, а то и терминология ("чужак", "почти святой" и т.п.) таких материалов формируют у читателя ощущение исключительности и редкости этих людей, их позитивных общественных действий как подвига и подвижничества, что в конечном итоге формулируется как "это не про нас".

Осознает ли в России государство себя именно государством, т.е. институцией, объединяющей своих граждан и всех прочих жителей территории? Похоже, что нет. Неототалитарное манипулирование общественным сознанием и просто законоприменением ради сиюминутных интересов власти в предвыборных кампаниях или долговременных коррупционных интересов чиновников и ведомств вполне логично реализуется в рамках принципа "разделяй и властвуй". Вот этот-то принцип и заставляет искать все новых ярких врагов для "электоральной массы" - то по национальному, то по религиозному признакам. И вот уже, почуяв негласную снисходительность властей, юные бандиты режут маленькую девочку за ее таджикскую национальность, а бандиты в милицейской форме, камуфлируясь "борьбой с терроризмом", унижают и обидают брэнетов у вокзалов и в метро.

Что же из происходящего отражается в СМИ, а, следовательно, и в общественном

сознании? В основном - кинематографического характера ужасики-факты, да и то не все, в зависимости от оценки властями полезности "ситуации". К выборам, например, накал страстей слегка остужается, а к переговорам (или их нарастающей необходимости) с противниками или оппонентами - наоборот. Для снижения уровня ответственности властей за развитие терроризма причины его ищутся за пределами страны - зоны ответственности государства, в "международном терроризме", кстати, и вскормленном советскими спецслужбами как национально-освободительные движения. Никаких причин для уличного насилия с явно национальной мотивацией, кроме пресловутых "хулиганских побуждений", журналисты, вторя властям, привести не могут, не хотят, просто боятся их приводить, дабы не навлечь на себя очередного "спора хозяйствующих субъектов". Единичные независимые газеты, телеканалы и радиостанции, живущие на трудно заработанные деньги, пытаются проследить и показать своим аудиториям пути зла до его истоков. Но они не могут конкурировать с государственными ресурсами, распределяемыми среди идеологически точно колеблющихся "вместе с линией партии", лично губернаторам и мэрам лояльных и весьма исполнительных СМИ. Не могут финансово, что выражается в цифрах тиражей, т.е. - охвата аудиторий. Но могут и конкурируют профессионально, творчески, стратегически. Разумеется, власть бросает свои самые отпетые силы - прокуроров, судей, милицию (а в случаях с иностранными журналистами - дипломатические и спецслужбы) - на квазизаконное или вовсе противозаконное преследование независимых и высокопрофессиональных СМИ и журналистов (см. дайджесты ФЗГ - Фонда защиты гласности на <http://www.gdf.ru> и сводки ЦЭЖ - Центра экстремальной журналистики на <http://www.cjes.ru>). Это и есть "момент истины" в понимании природы сегодняшней российской власти, вполне адекватно оценивающей и использующей возможности массовых коммуникаций.

И вот, на фоне заверений в приверженности цивилизованным нормам, государственное телевидение утонченно-профессионально komponует новостные сюжеты, подбирает (и снимает) художественные фильмы так, чтобы накал ненависти именно к чеченским, а не вообще к любым террористам и прочим уголовным преступникам, не остывал. Чтобы "американская военщина" выглядела стреляющей преимущественно по мирным жителям. Чтобы палестинцы оказались страдающей стороной (они, действительно, - страдающая, только от собственного террористического режима), а Саддам Хуссейн - свергнутым законным правителем любящего его народа. Но прямо это не вербализуется, ибо - неприлично. Такой вот имиджмейкинг и PR.

Газеты, официальные и официозные, тоже вполне профессионально выделяют и размещают заголовки, komponуют полосы, выверяют интонацию и стилистику материалов с теми же манипулятивными целями.

По сути, большинство российских СМИ, наряду с базовыми своими функциями, выполняют PR-функции, точнее - привычные по советским временам пропагандистские, формирующие общественное сознание. И это было бы позитивным, если бы такое формирование происходило в направлении цивилизационного роста, замены стереотипов знаниями, а не актуализации древних инстинктов и рефлексов - механического разделения на "свой-чужой" по вторичным, формальным признакам.

Происходит, с одной стороны, культивирование ненависти и непременно ей сопутствующей готовности к насилию, а с другой - попытки выглядеть цивилизованно. Выделяются средства на госпрограммы, связанные с развитием толерантности. Но все эти попытки выглядеть цивилизованно дезавуируются общей государственной политикой, реализуемой на вполне современном уровне - через информационно-коммуникационное воздействие.

Сам президент РФ мило посоветовал российскому обществу сопротивляться экспансии государства, открыто признав тем самым слабую вменяемость этого государства и принципиальный конфликт интересов государства и общества. Что ж, совет неплох, хотя и несколько запоздал. Организации гражданского сектора (некоммерческие, негосударственные объединения граждан) уже не первый год пытаются, каждая на свой лад, преодолевать этот конфликт, понимая, что конфронтационное поведение бесперспективно в плане реального отстаивания общественных интересов, хотя и повышает самооценку "борца за народное счастье". Но, как правило, все попытки контакта гражданского сектора с институциональной властью - и напрямую, и через СМИ - заканчиваются без позитивных содержательных результатов (за редкими исключениями на местном уровне), потому что, во-первых, ни у одной из сторон нет навыка встречного совмещения интересов, а во-вторых, власти стратегически скрывают свои истинные интересы, цели и задачи, ведя противоречивую политику, закамуфлированную очень правильной риторикой с редкими, но яркими оговорками - материалом для психоаналитиков.

Но процесс вывода формулировки и реализации общественных интересов из-под исключительного государственного контроля уже запущен. И, как его ни тормозят "контролеры", развивается. В этом пока еще мало результативном процессе все большее значение имеют СМИ гражданского сектора. На сегодняшнем этапе они играют роль скорее корпоративных, внутрисекторных коммуникаций, нежели массовых. Это объясняется, прежде всего, минимальностью их финансовых ресурсов и, как следствие, малотиражностью. Но они ищут и находят выходы из "тиражной резервации". Не только распространение через интернет-коммуникации и технологии, но и развитие функциональных особенностей. Кроме прагматичных информационных и прямо просветительских функций в виде публикаций опыта и технологий ненасильственного разрешения конфликтов и противодействия насилию, СМИ гражданского сектора находят новые функциональные ниши. В частности, издания общественных организаций активно реализуют функцию коммуникаций второго уровня, укрепляющих и развивающих общую коммуникативную структуру, размещая информацию об источниках и каналах первичной информации, и даже - третьего уровня, продвигая в свою аудиторию соответствующие материалы внутрисекторных и коммерческих СМИ. Как правило, эти материалы не слишком разнообразны по жанрам: информационные, информационно-аналитические и, редко, публицистические. Но они выводят аудиторию к научным, арт-коммуникациям, межкультурным, межсекторным и другим видам и типам коммуникаций, тем самым расширяя поле знаний и уменьшая возможности манипулирования экзистенциальными, мировоззренческими, этическими и поведенческими стереотипами граждан. Это - очень перспективное поле коммуникационной деятельности для развития демократических общественных институтов, пока мало оцененное финансирующими организациями, находящимися в плену собственных стереотипов прямого влияния на общественное развитие.

Внимательно присмотревшись к зонам насилия, включая военные и террористические его формы, с точки зрения коммуникационно-информационной, мы обнаружим, что готовность к нему, активное участие и поддержка насилия присущи группам и регионам, изолированным от общей структуры коммуникаций, от альтернативных источников информации, разнообразия ее форм и инструментов продвижения. СМИ - как социально-ответственные коммерческие, так и общественно-некоммерческие - могут, при должном профессионально-креативном развитии, осознании и позиционировании своего места в структуре глобальных, региональных и местных коммуникаций, оказать значительное влияние на снижение уровня насилия во всех его формах и во всех областях жизни.

