

И.М. Дзялошинский,

М.И. Дзялошинская

ПОЧЕМУ АГРЕССИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ ВЫЗЫВАЕТ У ЖУРНАЛИСТОВ СИМПАТИЮ?

Независимый институт коммуникативистики провел анализ материалов региональных печатных СМИ, посвященных подрастающему поколению. В ходе исследования изучались публикации, в которых субъектом высказывания или действия были подростки, несовершеннолетние, школьники, молодые люди, студенты и другие категории, входящие в этот синонимический ряд. Всего было отобрано 245 материалов, опубликованных за период январь - сентябрь 2005 года в 46 областных и городских газетах, выходящих в Сибирском, Южном и Центральном регионах России¹.

Необходимость такого исследования продиктована тем, что, по имеющимся данным, российская молодежь широко использует рискованные и агрессивные модели поведения. Особенно много в настоящее время агрессии на почве национально-этнической неприязни. Самой масштабной акцией последнего времени стал «Правый марш», проведенный рядом радикальных организаций в центре Москвы 4 ноября, в День народного единства (!). Это мероприятие, прошедшее под националистическими и ксенофобскими лозунгами, со всей очевидностью продемонстрировало, что идеи воинствующего национализма вышли из подполья и стали весомой составляющей политического спектра России.

По мнению некоторых экспертов, именно СМИ повинны в информационной подпитке нарастающей интолерантности в обществе. Часто

¹ Исследование проводилось в рамках Федеральной программы развития образования по разделу «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе».

конкуренция между изданиями толкает журналистов на увеличение «горячих» интолерантных материалов, которые, в свою очередь, способствуют повышению интереса к данному СМИ и увеличению тиража.

Выполненный анализ публикаций СМИ, посвященных молодежи, показал, что, как правило, в текстах отчетливо выделяются два субъекта: подросток или молодой человек (который либо вербально выражает какую-то мысль или свое отношение к какому-то элементу действительности, либо реализует практические действия по отношению к этому элементу действительности - объекту отношения) и журналист (конкретный автор материала или некий обобщенный образ автора), который как-то комментирует позицию первого субъекта.

Образ современного молодого жителя России в описании современного российского журналиста выглядит, судя по проанализированным материалам, следующим образом.

Прежде всего, анализ цитируемых в СМИ высказываний подростков и молодежи дает основание для вывода о том, что комплекс взаимоотношений, описываемых словом «дружба», совсем не в почете у подрастающего поколения. Это подтверждают и материалы, предьявляющие реальные действия

Так, если разделить действия подростков и молодежи, описанные в газетных материалах, на положительные и отрицательные, то окажется, что примерно 40 процентов материалов демонстрируют помощь, поддержку и дружбу, а примерно 60 процентов публикаций демонстрируют, что молодежь и подростки – это носители агрессии и насилия, инициаторы драк и хулиганских поступков.

Весьма красноречиво это иллюстрируют такие заголовки газет: **«Грабители-малолетки»** («Томская нефть», 28.05.2005); **«Подростки обнаглели»** («Томская нефть», 28.05.2005); **«Война детей»** («Хронометр», Волгоград, 01.06.2005); **«Школьник расправился со своими родителями»**

(«Свободный курс», Барнаул 12.01.2005); «Тутаевские подростки избили и ограбили пожилую женщину» («Юность», Ярославль, 21.01.2005).

При этом, если судить по материалам СМИ, очевидна тенденция: нынешние несовершеннолетние подростки более агрессивны, чем молодежь постарше.

Основным адресатом подростковой агрессии, если верить СМИ, являются представители «чужих» этносов: американцы, цыгане, таджики, афганцы, африканцы и афроамериканцы (как правило, именуемые «неграми»), арабы, индусы, народы Кавказа, немцы, жители стран Балтии, татары, узбеки. Основная интенция², которая выражается в текстах СМИ молодыми россиянами в адрес этих народов - раздражительность. Изредка молодые люди и подростки выражают свое негативное отношение к мигрантам и гастарбайтерам, причем наибольшее количество публикаций, содержащих негативно окрашенные интенции, появляется в газетах, выходящих на Юге и в Центре России.

Значительно меньше, чем национальный вопрос, молодежь интересуют межконфессиональные отношения. Причем в основной части материалов, воспроизводящих мнения молодых людей и подростков по этому поводу, фиксируются позитивные интенции по отношению к православию (80%). Публикации, в которых упоминается ислам (их 13%), содержат негативные интенции по отношению к этой религии; отношение к католичеству нейтральное. В негативном контексте упоминаются секты.

В проанализированных СМИ очень часто предметом публикации становятся молодежные общественные организации и объединения. Хорошо представлены в публикациях СМИ политические партии и движения, ориентированные на юное поколение (таблица 1). Особенно часто эта проблематика отражается в газетах, выходящих на Юге России: **«В политику, молодежь!»** («Интер-пресс», Волгоград, 21.07.2005);

² Термином «интенция» в психологии обозначается субъективная направленность на некий объект, активность сознания субъекта. По существу, это выявление скрытых убеждений и установок человека (в нашем случае - героев публикуемых текстов).

«**Парламент молодежный – помощник надежный**» («Молот», Ростов-на-Дону, 15.06.2005); «**Молодежь обретает голос**» («Молот», 28.06.2005). Активную жизненную позицию на страницах проанализированных газет демонстрируют представители двух совершенно различных групп – студенты и бандиты (юные).

Таблица 1

Данные о количестве публикаций, посвященных молодежным объединениям (в % к числу публикаций)

Объединения	В среднем	Сибирь	Юг	Центр
Общественные организации	33.8	27.6	36.3	41.9
Студенческие объединения	20.5	20.7	13.2	22.4
Банды	19.8	17.4	20.8	19.6
Политические партии, движения	13.9	10.2	16.3	15.8
Фанаты	5.8	3.1	4.2	9.9
Скинхеды	5.1	3.1	6.8	5.3
Байкеры, экстремалы	3.6	1.5	3.1	4.8
Военизированные объединения	2.9	1.8	3.9	2.3
Религиозные организации	2.9	1.5	4.2	3.6

Выполненный анализ показал, что отношение молодых людей и подростков к различным молодежным объединениям в значительной степени зависит от того, входят они в состав этих объединений сами, имеют друзей – членов объединений или смотрят на эти объединения со стороны. В первом случае, разумеется, имеет место положительная и даже в ряде случаев избыточно-эмоциональная оценка деятельности организаций. Молодые люди, имеющие друзей, состоящих в тех или иных организациях, склонны к амбивалентной оценке: с одной стороны, они отмечают недостатки в деятельности этих организаций, а с другой – долг дружбы заставляет их выискивать положительные моменты даже там, где их нет и быть не может

(особенно это относится к политическим партиям, фанатам, скинхедам). Что касается позиции «незаинтересованных» молодых людей, то она часто совпадает с тем, что можно назвать выражением общественного мнения.

Наибольшее количество положительных и отрицательных интенций фиксируется по отношению к «фанам»: спортивным болельщикам, почитателям кумиров кино, эстрады и пр. Самое нейтральное отношение субъекты исследования продемонстрировали по отношению к политическим партиям и движениям (таблица 2).

Таблица 2

Данные об отношении молодых людей и подростков к молодежным объединениям

Молодежные объединения	Интенция ³ :		
	положительная	нейтральная	отрицательная
Общественные организации	16.1	16.4	4.0
Студенческие объединения	3.7	4.0	1.3
Банды	1.1	6.9	17.6
Политические партии, движения	8.8	25.9	14.9
Фанаты	27.1	17.8	20.5
Скинхеды	3.7	8.3	12.2
Байкеры, экстрималы	7.3	4.8	5.3
Военизированные объединения	16.1	10.9	18.9
Религиозные организации	16.1	5.0	5.3

Резко негативно относятся герои проанализированных публикаций к нищим, наркоманам и алкоголикам. (В скобках надо отметить, что негативное отношение к наркоманам иногда сосуществует с мыслями о «прикольности» употребления наркотиков и возможности получения легкого

³ Здесь и далее в таблицах данные приведены в процентах к тем публикациям, в которых содержались высказывания (прямые или косвенные) молодых людей и подростков или авторов материалов.

заработка в случае их распространения.) При упоминании ситуации потребления алкоголя с отрицательной интенцией речь идет, как правило, об употреблении спиртных напитков в больших количествах и о последствиях чрезмерных возлияний, а вовсе не о процессе «пития» как таковом.

Нетерпимо молодое поколение относится к беженцам, сексуальным меньшинствам и мигрантам.

Отношение к трудным подросткам носит двойственный характер: с одной стороны, есть понимание асоциальности их поведения, а с другой – проявляются элементы сочувствия.

Ярко выраженное сочувствие практически во всех проанализированных газетах высказывается молодыми людьми и подростками по отношению к заключенным и бомжам. Дети-сироты и больные люди также пробуждают в молодых людях сочувствие (таблица 3).

Таблица 3
Данные об отношении молодых людей и подростков к различным группам населения

Группы	Интенция:		
	положительная	нейтральная	отрицательная
<i>Девииантные</i>			
Наркоманы	0.5	4.0	11.2
Алкоголики	0.2	4.7	12.0
Проститутки	0.7	1.4	2.4
Нищие	0	40.5	33.5
Заключенные	30.6	6.8	3.9
Беспризорные	0	3.7	4.7
Бомжи	35.7	2.5	6.3
Трудные подростки	32.3	36.3	25.8
<i>Возрастные</i>			
Подростки	16.5	39.3	39.7
Молодежь	21.0	34.3	33.9
Возраст активной жизненной позиции	42.9	8.5	13.2
Старики	19.6	17.9	13.2

Продолжение таблицы 3

Группы	Интенция:		
	положительная	нейтральная	отрицательная
<i>Социально уязвимые</i>			
Инвалиды	19.2	24.1	6.3
Больные, в т.ч. ВИЧ-инфицированные	24.8	15.7	16.2
Сироты	54.7	41.8	13.1
Беженцы	0	11.4	26.7
Мигранты	0	5.0	18.3
Сексуальные меньшинства	1.3	2.1	19.4

Выше были описаны содержательные особенности высказываний молодых людей и подростков, цитируемых в региональных газетах. Как правило, в этих же текстах есть комментарии авторов материалов, посвященные оценке героев публикаций. Анализ показал, что журналисты чаще оправдывают агрессивное, интолерантное поведение подростков и молодежи, чем осуждают (таблица 4).

Таблица 4
Журналистские оценки, зафиксированные в проанализированных публикациях

<i>Оценка</i>	В среднем	Сибирь	Юг	Центр
Осуждение авторов агрессивных высказываний	36.3	37.6	40.0	30.3
Оправдание авторов агрессивных высказываний	42.4	36.7	57.1	36.4

Проведенное исследование подтвердило уже отмеченную социологами особенность российских СМИ, которые активно транслируют идеи о том, что сила - ценность, а агрессивное поведение помогает разрешать конфликтные ситуации, и, следовательно, оправдано⁴.

Видимо, надо почаще напоминать журналистам, что подростки и молодежь – самая восприимчивая к толерантным/интолерантным высказываниям часть читательской аудитории. Их «идеологическое созревание» очень часто основывается на призывах и оценках, которые они слышат дома, в школе, на улице, в СМИ. А отношение к молодежи остальной части общества также формируется в значительной степени на основе публикаций в СМИ. Поэтому приходится вновь говорить о необходимости выработки профессиональных стандартов, этических норм и механизмов саморегулирования в журналистском сообществе, о создании атмосферы морального осуждения и неприятия «языка вражды» в российских СМИ.

⁴ См.: Контент-анализ освещения проблемы рискованного поведения молодежи в СМИ. - М., 2005, с. 18.