

УДК
ББК

Роль СМИ в формировании образа "Другого"

И.М. Дзялошинский

Научно-исследовательский университет – Высшая школа экономики
<http://www.dzyalosh.ru>, Imd2000@ya.ru

В статье раскрывается роль средств массовой информации в формировании толерантных установок в обществе. Автор актуализирует проблему мультикультурности в современном мире и говорит о том, что сегодня есть настоятельная необходимость вернуться к осмыслению сути толерантности и мультикультурализма, а также роли СМИ в формировании способов отношения к «другому».

Ключевые слова: толерантность, толерантное сознание мультикультурализм, экстремизм, ксенофобия,

The role of mass media in formation of an image of "Different"

I. M. Dzyaloshinskii

Higher School of Economics. National Research University
<http://www.dzyalosh.ru>, Imd2000@ya.ru

The role of media in shaping of tolerant attitudes in society is revealed in this paper. The author actualizes the problem of multiculturalism in the modern world, and says that today there is an insistent need to go back to understanding of the tolerance essence and multiculturalism, as well as the role of media in forming the manner of attitude to «other».

Key words: tolerance, tolerant mind multiculturalism, extremism, xenophobia.

Введение

В современном российском обществе, в котором еще не сложилась устойчивая система демократических ценностей, идея толерантности не стала общепринятой. Кроме того, в ситуации экономической, политической и социальной нестабильности появляется все больше оснований для конфликтов, они приобретают все более острую форму, особенно в моменты чрезвычайных ситуаций. Для России как трансформирующегося общества характерен значительный конфликтный потенциал, величина которого зависит от конкретно-исторических, социально-экономических, этноконфессиональных, политико-идеологических, культурно-

цивилизационных условий того или иного региона.¹ И хотя специалистам понятно, что в основе этих конфликтов лежат демографические, экономические, экологические, технологические, политические, а также социокультурные факторы, которые отражают различия в менталитете, культуре, религии, образовании, этике разных народов и цивилизаций, многие обвиняют российскую прессу в том, что эпидемия нетерпимости обрушилась на общество именно по вине журналистов. Иногда обвиняют всю прессу в целом, иногда – только негосударственную прессу.

Многие специалисты утверждают, что средства массовой информации России, освещая проблему насилия, в основном живописуют жестокость, с которой участники насильственных акций расправляются друг с другом. По их мнению, все это приводит к тому, что массовое сознание отнюдь не настраивается на борьбу с насилием, а, наоборот, начинает либо воспринимать его как естественный элемент жизни, либо восхищаться насилием и насильниками.

С другой стороны, медиа, определяющие общественную повестку дня и выступающие лидером мнений, потенциально способны формировать и массово распространять толерантные настроения.

В связи с этим возникает необходимость изучения информационного пространства, конструируемого масс-медиа, с целью определения соотношения в нем толерантности/интолерантности. Особенно активно эта проблема исследовалась в конце 90-х – начале 2000-х годов.² В последнее время интерес общества к теме «Участие СМИ в формировании толерантных установок в обществе» по сравнению с 2000-ми годами заметно упал. Былой энтузиазм сменился плохо скрываемым раздражением, возникающим каждый раз, когда при руководителях СМИ и некоторых журналистах заходит разговор о толерантности и мультикультурализме. Появилось множество публикаций, авторы которых – иногда вполне именитые – довольно откровенно иронизируют над этими категориями.

Появляются статьи с примечательными названиями. Например «Мультикультурализм как иллюзия благополучия»³. Автор этого опуса Павел Житнюк, побывавший на российско-германском форуме «Новые демографические и миграционные вызовы для России и Европы. Общие проблемные точки России и Германии. Возможное российско-европейское сотрудничество по проблемам демографического кризиса» доказывает

¹ Авксентьев В.А., Гриценко Г.Д., Дмитриев А.В. Уровень конфликтности в российских регионах. Мониторинг общественного мнения. № 3 (87), июль — сентябрь 2008. С. 117-125.

² Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. - Екатеринбург, 1997.; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. - М.: 1999.; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. День сегодняшний. - М., 2000.; Дзялошинский И.М. Культура, журналистика, толерантность // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. - Екатеринбург, 2002.; Дзялошинский И.М. О некоторых причинах интолерантного поведения // Российская пресса в поликультурном обществе. - М., 2002.; Диагностика толерантности в средствах массовой информации. Под ред. В.К.Мальковой. - М., 2002.; Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. - М., 2002.; Муравьева Н.В. Язык конфликта. - М., 2002

³ Житнюк П. Мультикультурализм как иллюзия благополучия. - [Электронный ресурс] - http://ethnocid.netda.ru/articles/051225rosbaltru_multicult.htm

неприемлемость для России принципов мультикультурализма. Зато он с нескрываемой симпатией цитирует одного из российских участников этого форума, который предложил создавать для рабочих-мигрантов отдельные поселения, где будет обеспечиваться порядок и какая-никакая социальная защита мигрантов. И очень удивлялся, почему немецкие коллеги были возмущены. «Очевидно, что изолированные поселения ассоциируются у них с Майданеком или Освенцимом. В то время как в Петербурге некоторое время назад идея создания «комфортабельного гетто» для гастарбайтеров обсуждалась на полном серьезе. Сказывается слишком разное воздействие исторического прошлого...»⁴

Другими словами, нам предлагают вместо не оправдавших себя толерантности и мультикультурализма политику духовной колонизации, а то и просто создание комфортабельных гетто и резерваций.

Не вступая со сторонниками таких взглядов в полемику, отметим, что очень важно различать мультикультуральность или культурную многосоставность как состояние, находимое во многих культурных пространствах, в том числе и в России, и мультикультурализм как свод теорий и практик для осмысления этого явления. Мультикультурализм является одним из самых характерных проявлений актуализации горизонтальных, ризоматических⁵ культурных взаимодействий, характеризующих важнейший сдвиг в мировой культуре постсовременности. Несомненно, что в наиболее законченной форме он был сформулирован, оценен, институализирован и переведен в область массового потребления именно в США. При этом, по точному определению исследователей мультикультуральной проблематики в сфере СМИ Э. Шохат и Р. Стема, мультикультурализм не является отрицанием европейской культуры, но выступает против европоцентризма, как по-прежнему господствующей точки зрения, при которой мир делится на запад и все остальное, а язык и мышление организованы вокруг бинарных оппозиций, в которых имплицитно все европейское представлено как «наши» нации и «их» племена, «наши» религии и их «предрассудки» и «поверья», наша «культура» и их «фольклор», наша «оборона» и их «терроризм»⁶.

⁴ Житнюк П. Мультикультурализм как иллюзия благополучия. - [Электронный ресурс] - http://ethnocid.netda.ru/articles/051225rosbaltru_multicult.htm

⁵ Ризома — постмодернистский термин, предложенный Ж. Делезом и Ф. Гаттари в книге с одноименным названием. Ризома буквально означает корневище, в котором отдельные ростки и корешки, волоски и побеги неразличимы и хаотически перепутаны, постоянно рождаются и погибают, где невозможно понять, какой из них главный, а какой второстепенный, в каких отношениях они находятся друг с другом, с окружающей средой и с главным «корнем». Понятие последнего постепенно теряет всякий смысл. Эта метафора используется для обозначения альтернативной структуры, не обладающей четко выраженным единым центральным стержнем или ядром. Она противопоставляется авторами общепринятой структуре и иерархической системе. Главное, что Делез и Гаттари подчеркивают поперечные, горизонтальные, а не вертикальные иерархические связи культуры корневища, мультипликацию в ней несистемных и неожиданных различий, которые не укладываются в прежние бинарные структуры систематических соответствий. Deleuze G. Guattari F. Rhizome. P., 1976.

⁶ Stam R., Shohat E. Contested Histories: Eurocentrism, Multiculturalism, and the Media. //Multiculturalism. A Critical Reader. Ed. By D.T. Goldberg, Oxford & Cambridge, Blackwell, 1995, p. 297.

Мультикультурализм не сводим лишь к примитивной и агрессивной борьбе национальных и этнических меньшинств и прочих «иных» за свои права на репрезентацию. Это явление гораздо более сложное, противоречивое и охватывающее практически все стороны культурной динамики. Манифесты «афро-центристов» и взгляды поборников восстановления наследия «доколумбовой» Америки, выступления «чиканос» и пуэрто-риканский поэтический ренессанс в Нью-Йорке, усилия ниспровергателей канона национальной словесности и попытки гомосексуалистов выстроить свою собственную культурную традицию имеют столь же непосредственное отношение к мультикультурной проблематике, сколь и этно-реклама магазинов «Бенеттон», этнотуризм, адаптированная для любителей гамбургеров мексиканская кухня или политика ведущих американских издательств и комитетов по присуждению крупных литературных премий.⁷

Все это свидетельствует о том, что есть настоятельная необходимость вновь вернуться к осмыслению сути толерантности и мультикультурализма и роли СМИ в формировании способов отношения к «другому».

1. Содержательный анализ публикаций СМИ с точки зрения их влияния на формирование установок толерантного сознания

Обобщение множества проведенных исследований дает основание для некоторых обобщений. Отчетливо выраженные интолерантные высказывания содержатся примерно в 40 процентах текстов, публикуемых в федеральных и региональных СМИ. Причем эта величина колеблется очень незначительно. Основным носителем интолерантных суждений в федеральных СМИ является политическая тематика, в региональных - экономическая.

В модели действительности, конструируемой российским СМИ, существует значительное количество образов «чужих», которые, в свою очередь распадаются на несколько подгрупп разной степени опасности. В качестве «чужих» в СМИ маркируются приведенные ниже категории.

Представители власти. Чиновники и действующие политики чаще всего рисуются в негативном свете. Они (независимо от политической, региональной и др. принадлежности) эгоистичны, корыстны и безнравственны. Занятые удовлетворением своих интересов и потребностей, они не дают российскому обществу достойно развиваться, «ставя палки в колеса» всем, кто добивается достойного существования для себя и своих близких. Довольно критично относятся СМИ к органам управления городского, областного, краевого, республиканского уровней, правоохранительным органам, судебной власти. По мнению СМИ, все они непрофессиональны, неграмотны, неэффективны и склонны к коррупции.

⁷ См.: Тлостанова М. Западные СМИ и мифология толерантности. <http://www.tolerance.ru/review-expert/tlostanova.html>.

Представители различных народов. Преимущественно положительного отношения СМИ заслужили итальянцы, французы, русские, немцы, шведы; преимущественно негативный контекст сопровождает такие национальности, как чеченцы, азербайджанцы. Несмотря на критику идиомы «лица кавказской национальности», она продолжает активно использоваться и только в негативном контексте. Негативное отношение к кавказцам имеет две главные мотивации – экономическую, связанную с их профессиональной (торговой и предпринимательской) деятельностью, и поведенческую. По отношению к «кавказцам» в материалах СМИ использовался следующий негативный образ: подчеркивалась сплоченность «кавказцев», они воспринимались не как отдельные личности, а именно как группа, с ними связывался рост преступности, криминализация общества и т.п. Таким образом, эксплуатировался стереотип о «врожденной преступности кавказцев».

Что касается евреев, то большинство СМИ стараются не педалировать эту тему, однако время от времени прорываются высказывания типа: *«сначала русский народ должен чувствовать себя в России как дома, тогда и малым народам будет хорошо, в том числе и евреям, которые не все сионисты»*. Или: *«Здесь очень простая математика: если у них, израильтян, прибыло, то, значит, у нас, русских, убыло»*. Много негатива в отношении таких категорий, как «американцы», «китайцы».

Затем в качестве «чужих» идут **«богатые» и «олигархи»**. Богатые *«прибрали к рукам всю страну от Калининграда до Курил и выкачивают баснословные прибыли из всенародного достояния - нефти, газа и прочего содержания российских недр»*, а бедные, соответственно, страдают от экономических реформ и воровства власть имущих. Предприниматели подозреваются в разного рода нарушениях и продаже некачественного товара: *«хозяевам новых киосков и магазинов нужна сверхприбыль - им же еще надо и зарплату персоналу платить, и на ноги вставить - значит, велик соблазн приобретать для розничной продажи не самые качественные лекарства»*.

Далее в перечне «чужих» - **мигранты и приезжие**. Они описываются как нарушители порядка.

Затем идут различные **религиозные конфессии**. По-прежнему много негативных публикаций об исламе. Практически ничего не пишут о католицизме, кроме информирования о мероприятиях, в которых главным действующим лицом является Папа Римский. По поводу других вероучений говорится о необходимости: *«православным мечом... дать отпор агрессивным иеговистам, назойливым мормонам...- а заодно всем настойчивым пропагандистам "западных ценностей"»*.

В качестве «чужих» выступают **представители некоторых социальных групп**: бомжи, алкоголики, ВИЧ-инфицированные, геи, лесбиянки и т.п. Они описываются в СМИ прежде всего как неприятные и опасные соседи.

В изданиях, ориентированных на взрослую аудиторию, в качестве «чужого» предъявляются молодежь и подростки, которые, помимо пристрастия к курению, алкоголю, наркотикам и раннему сексу, обвиняются в социальной пассивности и категорическом нежелании трудиться.

И, наконец, присутствует такой универсальный «чужой», как *Запад*.

Анализ показал, что **степень враждебности, проявляемой СМИ по отношению к различным «чужим», определяется, прежде всего, приписываемой этим «чужим» агрессивностью.** Интолерантными признаются объекты, несущие в себе какую-либо опасность, как-то поглощение (экономическое, демографическое, территориальное, идеологическое), либо способные на непосредственную или воображаемую агрессию (наркоманы, бомжи, алкоголики, преступные группы, мигранты, исповедующие иные религии и т.п.).

Другим фактором, влияющим на степень толерантности изданий, и поиск «чужих» является **идеологическая парадигма, которой придерживаются редакционные коллективы.** Выполненный анализ позволил выделить три основных парадигмы: **социального неприятия, социального выживания, социального успеха.** Сразу следует отметить, что большинство региональных изданий придерживаются первых двух парадигм, а третья парадигма наиболее распространена в общефедеральных изданиях.

Для изданий, ориентированных на парадигму социального неприятия, характерно выделение большого числа интолерантных объектов (поиск образа врага), неприятие любого инакомыслия, объяснение трудностей действием внешних факторов. Тут действует схема: МЫ (русские, националисты) замечательные, добрые, высокодуховные люди плохо живем из-за злокозненности наших врагов. В то время как ОНИ (евреи, лица кавказской национальности, олигархи, иудеи, католики, мусульмане) разрушают наше общество.

Издания, ориентированные на идеологию социального выживания, более толерантны к национальным группам и менее интолерантны к некоторым социальным группам, которые, по мнению носителей данной идеологии, мешают выживанию. Это отношение выстраивается по схеме: МЫ хорошие люди, которым мешают жить достойно; ОНИ (олигархи, руководители) создали такие условия, из-за которых мы вынуждены выживать; ОНИ (молодежь, наркоманы, алкоголики, бомжи) создают нам сложные бытовые условия, мешая спокойному существованию. В изданиях, ориентированных на идеологию социального выживания, хорошо относятся к тем группам населения, которые вынуждены страдать из-за чьей-то воли или неблагоприятного стечения обстоятельств. Такие объекты, как «дети», «рядовые работники», «селяне», «инвалиды», «беспризорные дети», «женщины», рассматриваются в контексте социальной помощи.

Для СМИ, ориентированных на идеологию социального успеха, характерен высокий уровень толерантности по отношению как к социальным, так и национальным группам. Представители, исповедующие

эту парадигму, менее всего склонны обвинять в своих проблемах какие-либо внешние силы.

2. Журналистские способы дискриминации «чужих»

Анализ показал, что в российской журналистике существуют четыре основных способа воспроизведения описываемых предметов и выражения своего отношения к предметам описания.

Первый способ – использование при описании событий и процессов таких выразительных средств, которые тонко и ненавязчиво сформируют у аудитории определенное отношение к описываемой ситуации, событию или к их участникам.

Второй способ – использование прямых авторских оценок, однозначно указывающих аудитории на единственно возможное, по мнению автора, отношение к описываемым явлениям или ситуациям.

Третий способ – использование различных объяснительных схем, которые призваны предложить аудитории определенную логику понимания описываемого явления или события.

Четвертый способ – демонстрация такой модели поведения в рамках описываемых событий или ситуаций, которая, по мнению автора, является самой разумной.

На практике чаще всего журналисты используют для формирования определенного образа событий или явлений два основных способа: тонированное (то есть специфическим образом окрашенное) описание и прямую авторскую оценку. Объяснительные и тем более поведенческие модели используются реже. Некоторые тексты вообще состоят только из двух компонентов: описания и оценки – никаких объяснений и моделей разумного действия не предлагается.

В агрессивных текстах много разнообразных оценочных средств - это оценочная лексика, усилительные эмоциональные частицы, риторические вопросы, риторические обращения и риторические восклицания. К тому же оценочные средства часто усиливаются композиционными приемами - повтором, контрастом, синтаксическим параллелизмом. Это создает высокую степень эмоциональности изложения, его ударной оценочности. В последние годы в текстах СМИ все чаще встречается так называемый «стеб» - «ернически-агрессивное, отчасти парадоксальное поведение, мышление, общение, отношение к чему-либо, соответствующий стиль в литературе, живописи, кино»⁸. Опасность такого поведения журналистов не только в том, что оно создает непонимание между участниками речевого контакта, но и в том, что подобные тексты воспитывают читателя с дурным вкусом, агрессивными эмоциями.

⁸ Солганик Г.Я. Современная публицистическая картина мира // Публицистика и информация в современном обществе. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000; Солганик Г.Я. Стилистический словарь публицистики. - М.: Русские словари, 1999; Юганов И., Юганова Ф. Русский жаргон 60-90-х гг. Опыт словаря. - М.: Метатекст, 1997.

Количество суждений, которые можно отнести к аналитическим, существенно меньше описательных и оценочных суждений. Приводимые авторами объяснения причин возникновения дискриминационных практик, поведения скинхедов и иных фашиствующих групп, в ряде случаев формируют понимание этих явлений как естественных и неизбежных.

Еще меньше в анализировавшихся текстах суждений, в которых предлагается образ разумного действия (ОРД). Изредка встречаются позитивные ОРД, направленные на преодоление дискриминации, экстремизма, ксенофобии, расизма.

Таким образом, вновь подтвердилась уже многократно зафиксированная тенденция повышения субъективности в журналистском дискурсе, что связано со стремлением обеспечить не столько информирование, сколько воздействие на общественное сознание и массовую психику. То есть, посредством слов определенного содержания и эмоциональной окраски модулируются психологические состояния читающей аудитории и формируются адекватные отношения к тем, на кого направлен «язык вражды». При этом достигается двойной эффект воздействия: прямой и, что, собственно и является целью исследуемой воздействующей коммуникации, опосредованный, направленный на массовое сознание читающей публики. Создается «сплошной дискурс, который подавляет личность и формирует тоталитарный тип сознания»⁹.

К аналогичным выводам пришли и авторы книги «Язык Мой...»¹⁰. Как показали исследования «языка вражды», СМИ активно влияют на формирование у населения эмоции отвращения – возмущения. Видимо, журналисты, оперирующие соответствующим лексическим инструментом, плохо представляют себе (а может, наоборот – хорошо!) механизм реализации этой эмоции. Когда что-либо вызывает наше отвращение, мы стремимся устранить этот объект или изменить его таким образом, чтобы он перестал быть отвратительным. Поэтому, когда в газетах регулярно встречаются прямые или косвенные утверждения о неполноценности (недостаток культурности, интеллектуальных способностей, склонность к пьянству, лень и пр.) какой-либо этнической или религиозной группы, утверждение ее особой криминальности, моральных недостатков, особого негативного влияния на государственное или региональное управление, непропорциональной представленности в органах управления, бизнесе, прессе и т.д., следует ожидать определенных социальных реакций. Отвращение может быть направлено на идею или на личность, а сопряженное с гневом, может быть очень опасным, поскольку гнев способен вызвать «нападение», а отвращение - желание отделаться от объекта, вызвавшее этот комплекс переживаний.

⁹ Клушина Н.И. Адресант и адресат: диссонанс вместо гармонии / Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития. Материалы науч.-практ. конфер. Москва, 3-6 февраля 2004. В 3-х ч. Ч.2. - М., 2004. С.113.

¹⁰ См.: Язык мой... Проблемы этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. - М., 2002.

Следующий компонент триады вражды – «презрение – неуважение». Как он возникает? В основе лежит психологическая готовность индивида или группы к встрече с опасным соперником. Описываемые СМИ ситуации, вызывающие презрение, – те, в которых читателю необходимо чувствовать себя сильнее, умнее, культурнее, лучше в каком-то отношении, чем презираемое лицо. Почву, питающую презрение, создают и материалы, вызывающие зависть, ревность, соперничество. Психологи отмечают, что когда презрение обращено на других людей (или на себя), трудно обнаружить в этой эмоции что-либо положительное или адаптивное. Презрение – основная эмоция во всех видах предрассудков, включая расовые, при этом наиболее холодная, побуждающая к агрессии. Из-за этих характеристик презрение может стать мотивом убийства и массового уничтожения людей¹¹.

Человек, зараженный презрением к людям, обычно деперсонализирует другого индивида, воспринимает это лицо как нечто второсортное, а то и вовсе не заслуживающего права называться человеком. Исследования показали, что формирование неуважения и презрения осуществляется не только жестким «языком вражды» – прямыми и непосредственными призывами к насилию, но и средним, в котором основную эмоционально-смысловую нагрузку несет фактологическая компонента текста – оправдание исторических случаев насилия и дискриминации; утверждение исторических преступлений той или иной этнической группы; указание, с целью дискредитации, на связь с мафиозными и шпионскими организациями и др.

Весьма изощренно влияет на формирование эмоции презрения выделенный исследователями «относительно мягкий «язык вражды», характеризующийся как некорректные высказывания в СМИ. К нему отнесены упоминание названия этнической или религиозной группы в уничижительном контексте, цитирование без должного комментария соответствующих высказываний и текстов и пр.

В результате общество в целом переживает различные социально-стрессовые расстройства, а у тех жителей России, которые в исследовании были названы «объектом «языка вражды», развиваются различные хронические аффективные расстройства настроения, невротические расстройства, связанные со стрессом.

3. Монологизм, антидиалогичность СМИ как фактор интолерантности

Большинство исследователей исходят из того, что толерантность СМИ состоит, прежде всего, в обеспечении пространства для общественной дискуссии по актуальным темам, пространства для диалога, жизненно необходимого в обществе различия. СМИ должны формировать пространство для высказывания различных позиций, вовлекать в процесс

¹¹ Изард К. Эмоции человека - М., 1980.

обсуждения актуальных проблем разных участников и тем самым реализовывать стратегию толерантности, представляющую разные точки зрения как внутри одного издания, так и в полемике между различными изданиями¹². У журналистов есть много различных способов донести до читателей многообразие мнений, точек зрения, существующих в обществе. В теории и практике журналистики разработаны соответствующие технологии: диалогические жанры, к которым относятся интервью, беседа и др. При этом, даже используя данные жанры, журналисты достаточно часто ограничиваются выделением одной - по их мнению, правильной - позиции. Однако интолерантные мнения, существующие в обществе, но игнорируемые СМИ, более опасны, чем те, которые становятся предметом обсуждения. В то же время опасными представляются неосторожные, провокационные заявления, опубликованные в печати, – они могут повлечь за собой не дискуссию, а эскалацию конфликта.

Речевая агрессия в текстах СМИ может состоять и в нежелании (или неумении) журналиста создавать общее языковое пространство участников общения. Отсутствие такой общности читатель может оценить как коммуникативную (контактную и речевую) агрессивность адресанта, как его попытку показать свое языковое - и даже информационное - превосходство. Журналист при этом как будто отстаивает собственные права в коммуникации. Об этом, в частности, говорят случаи употребления таких языковых единиц, которые почти наверняка незнакомы читателю, и ему приходится либо признаться в своем незнании (что психологически достаточно сложно), либо пытаться хотя бы приблизительно понять текст, то есть журналист вынуждает читателя к анархическому речевому поведению.

Однако для большинства российских печатных СМИ характерна принципиальная установка на монолог автора. Как правило, высказывания в исследованных текстах - это рассуждения журналиста, это описание и оценка событий именно с его точки зрения. По сути, здесь только один источник информации; «чужая» точка зрения изгоняется: нет никаких форм чужой речи. И даже тогда, когда журналист дает как будто «чужое» мнение, источник информации не изменяется, потому что журналист пересказывает нам чужую точку зрения, и делает это не объективно, а оценочно.

Причем здесь оценивается не только «чужая» точка зрения, но и возможный носитель этой точки зрения, оцениваются реальные люди - потенциальные собеседники журналиста. Потому что журналисты используют такие способы наименования своих собеседников и их действий¹³, которые снижают их авторитет как источника информации, резко уменьшают их право «влиять» на кого бы то ни было. Особенно опасна ситуация, когда читатель включает себя в тот же круг отрицательно оцениваемых лиц.

¹² Эта позиция, в частности, проверялась в ходе опроса российских журналистов, данные которого приведены ниже.

¹³ Об особенностях восприятия наименований по профессии и возможных конфликтах при их использовании см.: Бортник Г.В. «Обидная» категория // Русская речь. 2001. № 2. с. 51-54.

4. Представления журналистов о проблемах толерантности и возможных технологиях формирования установок толерантности в средствах массовой информации

В рамках проведенного исследования¹⁴ удалось получить информацию о том, как региональные журналисты понимают саму категорию «толерантность». Выяснилось, что подавляющее большинство опрошенных вкладывают в эту категорию смысл, зафиксированный в официальных документах ООН, а именно как признание, уважение и соблюдение прав и свобод всех людей без различия социальных, классовых, религиозных, этнических и иных особенностей. С этой формулировкой согласны более 60 процентов участников опроса. Половина опрошенных журналистов согласна с формулировкой, в соответствии которой толерантность – это терпимое отношение к чужому мнению, чужим убеждениям. Около 40 процентов опрошенных представителей СМИ полагают, что толерантность – это способность и стремление к диалогу. Остальные формулировки набрали незначительное количество сторонников.

По мнению опрошенных журналистов, главной причиной повышения уровня интолерантности в современной России является низкий уровень жизни. В этом пункте журналисты солидарны с населением, представители которого думает точно так же. На второе место журналисты поставили низкий образовательный, культурный уровень населения. На третье – массированную пропаганду нетерпимости, агрессивности и ксенофобии, осуществляемую СМИ. На четвертое – плохой пример, подаваемый государственными и политическими лидерами. Такие причины, как плохая работа учреждений культуры и образования, призванных воспитывать людей в духе толерантности и исторические традиции грубости, нетерпимости, ксенофобии заняли соответственно, пятое и шестое места.

Журналистам был задан вопрос: «Как можно оценить влияние различных государственных и общественных институтов на состояние общественных нравов в России с точки зрения толерантности/интолерантности?». Полученные ответы свидетельствуют о том, что в сознании журналистов существует своеобразная иерархия институтов (ведомств и организаций), в которой они располагаются на шкале «способствующие созданию атмосферы интолерантности». Здесь лидируют правоохранительные органы (почти 60 процентов опрошенных). Затем идут армия и политические партии (чуть более 40 процентов). Государственная Дума РФ, по мнению опрошенных журналистов, также вносит существенный вклад в формирование в российском обществе атмосферы интолерантности.

¹⁴ Исследование включало опросы журналистов более чем в 40 городах России в шести федеральных округах: Приволжском, Северо-Западном, Сибирском, Уральском, Центральном, Южном. В опросах приняли участие представители СМИ, рассчитанных на разные типы аудитории, различной степени независимости-ангажированности, политической и неполитической направленности, по преимуществу информационных и аналитических, деловых и развлекательных (всего более 300 человек).

Так думает треть опрошенных. Однако больше чем Госдума формированию интолерантности способствуют все-таки коммунальные службы – вечные враги человека... Затем вперемешку идут новые религиозные движения, органы управления городского уровня, средства массовой информации, ГИБДД, судебная власть РФ. Такова первая десятка интолерантных структур.

Что касается институтов, которые, по мнению опрошенных журналистов, благотворно влияют на общественные нравы, вносят мир и согласие, то к таковым относятся прежде всего общественные организации. Так думают около 50 процентов участников опроса. Затем идут традиционные церкви, толерантный потенциал которых отметили около 45 процентов опрошенных журналистов во всех регионах, в которых проводилось исследование. На третьем месте в этом условном рейтинге структур, позитивно влияющих на общественные нравы – правозащитные организации, авторитет которых в журналистском мнении в последние годы возрос. Их отметили 42,6%. Стабильное четвертое место во всех регионах занимают экологические организации, и это означает, что они уже избавились от репутации экстремистов, которую им старательно приписывали некоторые российские СМИ в прошлые годы. На пятом месте в числе толерантных структур – Администрация Президента РФ. Таково мнение 18 процентов опрошенных журналистов.

Во вторую пятерку институтов, способствующих толерантности, входят, по мнению опрошенных журналистов, средства массовой информации, судебная власть, Правительство России, органы национальной безопасности, профсоюзы¹⁵.

Что касается возможности сформировать толерантное общество в России, то многие журналисты (27,2%) относятся к этой идее весьма скептически, однако 66 процентов опрошенных полагают, что если за это взяться всем миром, то может быть, что-нибудь получится. Следует отметить, что около 7 процентов опрошенных работников СМИ, полагают, что борьба с нетерпимостью – это прерогатива Президента и органов власти.

Оценивая свою сегодняшнюю роль, большинство опрошенных журналистов категорически не согласны с обвинениями, что именно СМИ являются пропагандистом экстремизма и насилия, о чем много и часто пишут и говорят некоторые эксперты и политики. Однако в еще меньшей мере они видят в современной российской прессе пропагандиста установок толерантного сознания. Большинство опрошенных журналистов (68,3%) считают, что СМИ, прежде всего, являются трибуной для высказывания различных взглядов.

Признавая, что отдельные журналисты действительно распространяют в СМИ экстремистские настроения, более 40 процентов опрошенных журналистов объясняют такое поведение прежде всего материальными соображениями. Как было написано в одной из анкет: «Некоторые

¹⁵ Любопытно, что средства массовой информации и судебная власть попали в оба списка, что говорит об их двойственном образе в сознании журналистов.

журналисты делают то, за что им платят больше. Следовательно, надо не на журналистов «бочки катить», а искать заказчика». Около трети опрошенных журналистов полагают, что те, кто так поступает, просто не понимают, что делают. Некоторые журналисты просто хотят привлечь к себе внимание. Вместе с тем чуть более 10 процентов опрошенных журналистов полагают, что есть и такие коллеги, которые сознательно используют трибуну СМИ для продвижения в массы своих интолерантных убеждений.

Что же, по мнению опрошенных журналистов, нужно делать для того, чтобы повысить толерантный потенциал СМИ, предотвращать появление в печатной и электронной прессе заведомо экстремистских материалов? Если убрать некоторые заявления типа «надо закрыть все СМИ!», то вырисовывается следующая картина. Главным средством опрошенные считают соблюдение всеми журналистами профессиональных этических кодексов. Таково мнение 62 процентов. Важное значение около половины опрошенных журналистов придают укреплению законодательной базы, регулирующей действия работников СМИ. Третье средство повышение толерантности публикаций – внедрение идей и духа толерантности в деятельность журналистов посредством специальных семинаров, конференций, обсуждений, тренингов и др. Определенную роль, но не очень значительную, по мнению опрошенных журналистов, могут сыграть создание разнообразных структур, которые будут осуществлять профессионально-экспертную оценку спорных публикаций, осуществлять так называемый общественный контроль за СМИ. Лишь единицы из опрошенных журналистов высказались за установление жесткого цензурного контроля над СМИ.

Формулируя некую позитивную программу действий, осуществляя которые СМИ могли бы более энергично способствовать становлению толерантного сознания, опрошенные журналисты выделили следующие направления своей деятельности:

1) формировать у людей уважение к разнообразию различных мировых культур, цивилизаций и народов; готовность к пониманию и сотрудничеству с людьми, различающимися по внешности, языку, убеждениям, обычаям и верованиям (69,6%);

2) отражать разнообразие культурных ценностей, идей и мнений в обществе (55,1%);

3) раскрывать антиобщественную природу экстремизма в различных его формах, противодействовать ксенофобии, фашизму, фанатизму и фундаментализму (52,1%);

4) помогать конструктивному взаимодействию социальных групп, имеющих различные ценностные, религиозные и политические ориентиры, способствовать снижению социальной напряженности в обществе (31,9%);

5) способствовать выработке у населения норм толерантного поведения и навыков межкультурного взаимодействия (30,8%).

Таким образом, полученный материал дает основания для размышлений о разработке редакционных программ, направленных на формирование установок толерантного сознания.

Вместо заключения

Материалы исследований, о которых шла речь выше, дают основание для некоторых важных выводов.

1. Главный вывод из всего вышесказанного может быть сформулирован следующим образом. **Уровень агрессии в российском обществе определяется несколькими группами факторов: социальными, экономическими, политическими, культурными, медийными.**

2. На сегодняшний день сложились несколько подходов к пониманию роли СМИ в формировании установок толерантности.

Первый подход – СМИ являются активным субъектом информационной, воспитательной, пропагандистской деятельности. Многие журналисты и средства массовой информации активно участвуют в акциях и кампаниях, конечной целью которых является управление сознанием и поведением населения, и при этом отказываются обсуждать проблему социальной ответственности средств массовой информации. В сознании правящих российских элит (и некоторых теоретиков и практиков журналистики) в полной мере сохранились присущие тоталитарному прошлому представления о СМИ как о приводных ремнях, соединяющих власть и управляемый народ.

Этот подход реализуется в двух взаимосвязанных версиях. Сторонники одной из них искренне убеждены в том, что СМИ являются институтом управления обществом. Обвинение, которое сторонники этой версии управленческого подхода бросают СМИ, заключается в том, что они плохо выполняют эту свою управленческую роль, отвлекаясь на всякие глупости. Сторонники другой версии управленческого подхода обвиняют СМИ в том, что, выполняя злую волю неких внутренних или внешних врагов России, они сознательно разрушают национальную культуру и специфическую русскую духовность, а несчастный народ (население, общество) выступает в качестве объекта зомбирования, оболванивания.

Второй подход – СМИ представляют собой зеркало (иногда, правда, не очень качественное, мутное и т.п.), которое отражает то, что происходит в жизни. А жизнь такова, какова она есть. Следовательно, СМИ если и можно в чем-либо обвинять, так только в том, что они не успевают все отразить (а это проблема мощности каналов и денег), или в том, что отражение иногда некачественное (а это проблема профессионализма журналистов, то есть, в конечном счете, тоже денег).

Третий подход, который в коридорах редакций является господствующим: СМИ – это обыкновенный бизнес, и они делают ту продукцию, которую желает видеть потребитель, продавая эту продукцию аудитории, а саму аудиторию – рекламодателю. При таком подходе вопрос о

воздействию или адекватности отражения действительности просто снимается.

Четвертый подход разрабатывается некоторыми учеными. Его сторонники опираются на идею о том, что главной задачей СМИ является организация диалога между различными социальными силами. Однако это не просто площадка, поле, где встречаются желающие выяснить отношения представители различных социальных групп и элит. СМИ – это профессиональный модератор, который умеет организовать обсуждение, помогает точно выразить свое мнение тому, кто в силу каких-либо причин (врожденного косноязычия, например) не может адекватно сформулировать свои мысли. СМИ должны стремиться помочь высоким договаривающимся сторонам достичь согласия.

Сторонники этого подхода полагают, что время, когда СМИ были, прежде всего, агентом пропаганды, агентом воспитания, агентом формирования ценностей и т.д., проходит. Кончилось время единых стандартов вкуса и ума. Другая эпоха – другие песни: разные песни. И все имеют право на собственную точку зрения, право на ее отстаивание и право на участие в диалоге.

Исходя из этого, можно утверждать, что в деле воспитания толерантности чисто просветительские, пропагандистские мероприятия принесут мало пользы. Нужен активный диалог с разными группами населения по различным поводам. Диалог, стимулирующий размышления и поступки, направленные на формирование атмосферы толерантности в российском обществе.

3. Для того чтобы СМИ стали влиятельным ресурсом формирования установок толерантности, должны быть преобразованы институциональные основы функционирования СМИ. Речь идет о месте СМИ в системе общественных институтов. На сегодняшний день господствуют весьма примитивные модели, согласно которым СМИ являются либо ресурсом информации и коммуникации, либо посредником между властью и населением. Пришло время понять, что эффективность СМИ многократно возрастает, когда они вплетены в плотную сеть гражданского общества, составляют необходимый элемент процессов самоуправления и саморазвития граждан.

Анализируя это явление, полезно различать, с одной стороны, процессы соучастия граждан в принятии и реализации затрагивающих их интересы решений, а с другой — соответствующие, в том числе институциональные, формы общественного устройства. Процессы не ограничиваются специфическими видами, сложившимися на Западе в последние десятилетия (общественные экспертизы и расследования, оценивание воздействий на окружающую среду и т.д.), а включают и такие давно известные и многообразные институты гражданского общества, как местное и корпоративное самоуправление, разного рода профессиональные и социальные сообщества, некоммерческие организации и т.д.

В гражданском обществе держателями ценностей, принципов, норм и образцов поведения, в том числе толерантного, выступают не СМИ, а сообщества. В этой связи особое внимание в современных условиях, когда количество интернет-пользователей в нашей стране неуклонно растет, при организации и наполнении каналов коммуникации адекватной, качественной информацией по проблеме толерантности необходимо использовать социальные сети, вокруг которых складываются такие сообщества.

4. Еще одним фактором, влияющим на эффективность СМИ как ресурса формирования толерантных установок, является признаваемая всеми общественными институтами и ощущаемая аудиторией независимость СМИ от власти и бизнеса.

При этом необходимо пояснить, что свобода СМИ – это «всего лишь» свобода выбора позиции, а независимостью СМИ по традиции парадоксальным образом называется их зависимость от множества разных факторов, в том числе возможность привязки к разным политическим субъектам. Именно множественность и разнонаправленность действующих сил, полиэкранность, мозаичность и внутренняя противоречивость общей картины определяют ее объективность в целом.

Стремясь к независимости, журналистское сообщество должно отчетливо понять меру своей ответственности за состояние общества. Пора перестать рассматривать аудиторию как объект манипуляций или совокупность потребителей информационного продукта и увидеть в читателях, зрителях, слушателях суверенных личностей, обращающихся к медиа-тексту с целью найти в нем образцы человеческих способностей и качеств, усвоение которых позволит этим личностям расширить свои собственные человеческие возможности. СМИ должны стать источником необходимых для аудитории способов и методов разрешения стоящих перед людьми проблем, включая показ путей личностного самосовершенствования и освоения технологий толерантности.

5. Для того чтобы эффективно участвовать в формировании установок толерантности, сами СМИ должны овладеть принципиально новым инструментарием профессиональной деятельности, обеспечивающим организацию массового диалога между всеми участниками социальных процессов. «Диалог – ключ к толерантности» - так может быть сформулировано основное направление поиска ученых и практиков.

Идея толерантности идеально укладывается в заданную таким образом рамку диалога. Это естественно, поскольку в рамочной идее диалога находит свое выражение неизбежность сосуществования (предпочтительно мирного) представителей разных позиций - идет ли речь о человеческом роде или о студенческом общежитии. При этом, встречаясь с «другим», мы неизбежно оказываемся перед дилеммой: считать ли свою позицию и свои взгляды верными, а позицию и взгляды «другого» - ошибочными, либо считать и те, и

другие рядоположенными, но тогда уже частными и частичными. Выбор первого пути ведет к монологичной организации, борьбе с инакомыслящими (которая рано или поздно обязательно превращается в борьбу с мыслящими и мышлением как таковым); выбор второго - к диалогу, партнерству или соперничеству, но ограниченному определенными рамками, в предельном случае - рамкой права.

Дело в том, что зарубежная, да и отечественная практика свидетельствует: сама по себе установка на толерантность и диалог, в том числе межкультурный диалог (мультикультурализм), может привести и часто приводит к пресловутой «политкорректности», рискующей превратить диалог и толерантность в свою противоположность - монолог и диктат меньшинств. При этом люди теряют способность к подлинному самоопределению: они идентифицируют себя только через групповую принадлежность, снова появляются «наши» и «не наши», расплывается иерархия культурных ценностей и т.д.¹⁶ Во избежание этих далеко идущих неприятностей толерантности и диалогу должен быть поставлен предел. Такой предел и задается рамкой права, которая понимается в данном случае как предельная рамка коммуникации в конфликтных ситуациях.

Вот цитата из работы «Русская идея...», где речь идет как раз о развитии России, каким его видят авторы: «Рамка права означает принятие принципа формального равенства перед судом и законом для всех граждан России (включая и власть предержащих). В рамках права не может быть врагов, а могут быть только оппоненты, соперники, противники. Все конфликты могут разрешаться при этом либо политическими средствами, либо в судебном порядке. Рамка диалога означает признание того, что все люди, все народы - разные. Каждый имеет право на свои подходы и взгляды, но никто не имеет оснований объявлять их единственно верными и добрыми. Отказывая себе в праве на такие безосновательные претензии, мы получаем возможность мирного сосуществования и важнейший ресурс развития во взаимодействии разных подходов, интересов и взглядов, разных культур».¹⁷

6. Подобный подход предъявляет довольно высокие требования и к журналистам, работникам СМИ, и к системе взаимоотношений между СМИ, властью, обществом. Для этого, по мнению самих журналистов, необходимо предпринять следующие меры:

- 1) соблюдение всеми журналистами профессиональных этических кодексов;
- 2) внедрение идей и духа толерантности в деятельность журналистов посредством специальных семинаров, конференций, обсуждений, тренингов и др.;
- 3) укрепление законодательной базы, регулирующей действия журналистов;

¹⁶ Серль Д. Политика и гуманитарное образование. // Отечественные записки, 2002, № 1.

¹⁷ Русская идея: демократическое развитие России. Российский научный фонд. - М., 1996. С. 12.

4) создание разнообразных структур, которые будут осуществлять профессионально-экспертную оценку спорных публикаций.

Формулируя позитивную программу действий, осуществляя которую они могли бы более энергично способствовать становлению толерантного сознания, журналисты выделяют следующие направления своей деятельности:

1) формирование уважения у своих читателей, зрителей, слушателей к существующему разнообразию культур;

2) доброжелательный показ разнообразия ценностей и идей, которых придерживаются разные люди;

3) демонстрация антиобщественной природы экстремизма во всех его проявлениях;

4) помощь во взаимодействии различных социальных групп, организация общественного диалога и социального партнерства;

5) стимулирование выработки норм толерантного поведения.

7. Очень важна в данном случае позиция экспертного, академического сообществ, от которых зависит:

- разработка модели интерактивной, социально-ответственной журналистики, формирование идеологии СМИ как коллективного переговорщика, модератора, способствующего поиску общественного компромисса;

- разработка и реализация соответствующих учебных программ на факультетах журналистики и в системе повышения квалификации работников СМИ;

- формирование института квалифицированной медиакритики;

- проведение общественных дискуссий, образовательных и просветительских мероприятий с целью широкого общественного диалога по проблемам агрессии и экстремизма;

- разработка профессиональных стандартов, этических норм и механизмов саморегулирования в журналистском сообществе по освещению этнических, расовых и религиозных тем.

8. Ставя задачу использования СМИ для противодействия экстремизму и ксенофобии, необходимо удержаться от соблазна ввести ограничения свободы слова и свободы СМИ и помнить, что лобовая пропаганда толерантности и мультикультурализма вряд ли может быть эффективной. Не стоит уповать на то, что критикой «языка вражды» и демонстрацией образцов толерантного поведения можно изменить общую атмосферу в стране. Для этого всем субъектам общественного развития: гражданам и организациям, представляющим их интересы, органам власти, бизнес-структурам и средствам массовой информации – предстоит пройти долгий и трудный путь пересмотра многих казавшихся незыблемыми представлений и культурных установок.

Список литературы

1. Адамс Д. Культура мира как стратегия, практика, видение и теория // *Общественные перемены и культура мира // Междунар. ин-т перспектив. пробл. социокульт. и полит. развития; РАН, Ин-т сравнит. политологии.* – М., 1998.
2. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. — М.: ИС РАН, 2005.
3. Гжегорчик А. Духовная коммуникация в свете идеала ненасилия. *Вопросы философии.* 1992, № 3. – [Электронный ресурс] - <http://www.philosophy.ru/library/vopros/16.html>.
4. Граждане новой России: кем себя ощущают и в каком обществе хотели бы жить? (1998-2004). Аналитический доклад. - М.: АИРО-XX, 2005.
5. Диагностика толерантности в СМИ / под ред. В.К. Мальковой. — М.: ИЭА РАН, 2002.
6. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. - М., 1984.
7. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня»? - Екатеринбург, 2001.
8. Леонтьев А.А. Язык пропаганды: социально-психологический аспект. // *Язык как средство идеологического воздействия. Сборник обзоров.* - М., 1983.
9. Лукман Т. Некоторые проблемы современных плюралистических обществ. // *Социальные процессы на рубеже веков: феноменологическая перспектива. Научные труды.* - М.: МГИМО, 2000.
10. Нассен А. Чужой как ближний. Социологические исследования конструкции идентичности и различия // *Социальные и гуманитар. науки: РЖ. Серия 11. Социология.* – 1996, № 3. С. 104-111.
11. Тишков В.А. Культура толерантности в России и стратегии противодействия экстремизму / *Диагностика толерантности в средствах массовой информации.* / Под ред. Мальковой В.К. - М.: ИЭА РАН, 2002.
12. Становление духа корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов. / Ред. Бакштановский В.И. и др. - М., 1995.
13. Франкл В. Человек в поисках смысла. - М.: Прогресс, 1990.
14. Фромм Э. Человек для себя. Иметь или быть? - Минск: Издатель В.П. Ильин, 1997.
15. Шестопал Е.Б. Политическая толерантность // *Толерантность в общественном сознании России.* - М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1998.