

И.М. Дзялошинский,
профессор отделения интегрированных коммуникаций
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»

М.И. Дзялошинская,
профессор кафедры общественных коммуникаций и рекламы
Академии труда и социальных отношений

Евгений Павлович Прохоров для нас – это идеал ученого и человека. Это удивительное сочетание высочайшего профессионализма и скромности, граничащей с застенчивостью; интеллигентности, мягкого юмора и резкого неприятия недобросовестности, напыщенности; научной требовательности и способности включиться в «тематическую авантюру» (разумеется, если в ней участвуют люди, которым он доверяет). Его уход оставил тягостную, никем и ничем не заполняемую пустоту в наших душах.

Евгений Павлович был нашим учителем и в науке, и в жизни. Он одарил нас своей дружбой, что было невероятно приятно и радостно, и позволяло думать о себе лучше, потому что было очевидно: недостойным людям он не позволил бы звонить ему просто так «поговорить за жизнь», к недостойным людям он не приходил бы в гости, не приглашал бы их к себе домой... Значит, мы были достойны его доброго и отзывчивого отношения.

Евгений Павлович с большим энтузиазмом откликался на наши предложения принять участие в различных проектах и мероприятиях, которые мы проводили: исследованиях, конференциях, семинарах и даже, как сейчас принято называть, корпоративах и дружеских встречах, посвященных личным датам и юбилеям.

Одним из таких многолетних проектов, который существенно обогатил своим участием Евгений Павлович, была комплексная работа по мониторингу содержания продукции российских средств массовой информации с точки зрения их участия в формировании в обществе установок толерантности. Целью этого проекта было оказание помощи журналистам в преодолении стереотипов агрессивности, нетерпимости при освещении этой сложной социальной проблемы. Началась данная работа в рамках Федеральной целевой программы «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе (2001-2005 годы)» и завершилась разделом «Толерантность и мультикультурализм – ценностные ориентиры СМИ» в коллективной монографии «Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками ксенофобии в обществе риска», вышедшей в Москве в 2011 году.

Некоторые базовые положения, отраженные в этом разделе монографии, легли в основу данной статьи, которую мы посвящаем памяти нашего учителя, коллеги и очень близкого человека Евгения Павловича Прохорова.

РОССИЙСКИЕ СМИ И ИДЕЯ ТОЛЕРАНТНОСТИ

Актуальные контексты толерантности

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. И хотя специалистам понятно, что в основе 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 критики СМИ 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. Другие специалисты утверждают, что 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 действительного соотношения в нем толерантности/интолерантности. Особенно активно эта проблема исследовалась в конце 90-х – начале 2000-х годов. 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.

Более того, в некоторых публикациях именно концепции толерантности и мультикультурализма рассматриваются как факторы разжигания национальных противоречий. Так, например, по мнению известного исследователя В. Малахова, «мультикультурализм, возведенный в идеологию, блокирует демократический плюрализм, подменяя гражданское общество совокупностью автономных и конкурирующих друг с другом "культурных сообществ"»¹. Тот же автор пишет о том, что мультикультурализм способствует расиализации и этнизации общественного дискурса. Осмысляя социально-классовые и социально-групповые различия в расовых и этнических терминах, мультикультурализм окончательно закрепляет дискриминацию. Тем самым он лишь углубляет и без того имеющую место геттоизацию меньшинств. Мультикультурализм перетолковывает противоречия социальных, экономических, политических, региональных интересов в противоречия этнического, конфессионального происхождения. Способствуя этнизации социальных конфликтов, мультикультуралистская идеология делает их неразрешимыми².

То, что у рафинированного ученого на уме – у прямолинейных журналистов на языке. Опираясь на эти утверждения, некоторые авторы с нескрываемым удовольствием констатируют, что итогом политики мультикультурализма является полное разрушение многовековых культурных устоев, развитых культурных традиций, так как подобное смешение всегда ведет к усреднению. По их мнению, если низкий уровень культурного развития мигрантов, несомненно, повышается, то высокий уровень культуры целевой страны мультикультурализма неизменно падает³.

Появляются статьи с примечательными названиями. Например «Мультикультурализм как иллюзия благополучия»⁴. 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»,

¹ Малахов В. Скромное обаяние расизма и другие статьи. – М., 2001. С. 41–42.

² См.: Малахов В.С. Зачем России мультикультурализм? // Мультикультурализм и трансформация постсоветских обществ / Под ред. В.С. Малахова и В.А. Тишкова. – М., 2002. С. 50.

³ Мультикультурализм. - [Электронный ресурс]. - <http://ru.wikipedia.org/wiki>

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

доказывает 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...»⁵

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

Характерно, что из нескольких существующих в настоящее время вариантов реакции на культурное многообразие - изоляционизм, ассимиляторство, мягкий мультикультурализм, жесткий мультикультурализм, апартеид⁶ - критики мультикультурализма избрали почему-то в качестве объекта нападок исключительно жесткий мультикультурализм, неосознанно (или сознательно?) не замечая существенных отличий между этой моделью выстраивания отношений в многокультурном обществе и мягким, либеральным мультикультурализмом, как раз и отстаивающим идеи соединения культурного многообразия с правами человека.

Не вступая со сторонниками таких взглядов в полемику, отметим, что очень важно различать мультикультурность 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, ризоматических⁷ культурных взаимодействий, характеризующих важнейший сдвиг в мировой культуре постсовременности.

⁵ Житнюк П. Мультикультурализм как иллюзия благополучия. - [Электронный ресурс]. - http://ethnocid.netda.ru/articles/051225rosbaltru_multicult.htm

⁶ См.: Кукатас Ч. Теоретические основы мультикультурализма. - [Электронный ресурс]. - <http://www.inliberty.ru/library/study/327/>

⁷ 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

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.

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».

Еще одна большая проблема, имеющая отношение к анализу роли СМИ в формировании установок толерантности, заключается в том, что социальные и профессиональные коды, в соответствии с которыми в России осуществляются коммуникативные процессы (как межличностные, так и массовые), обладают исторической спецификой.

Общеизвестно, что западные (в широком смысле слова) масс-медиа формировались в условиях становления идеи публичности власти, согласно которой между обществом и властью должна находиться публичная сфера обсуждений. Кроме того, профессиональная культура западных масс-медиа зарождалась на основе протестантского тезиса о том, что любой взрослый индивид способен самостоятельно устанавливать отношения с Богом и самостоятельно отличать добро от зла. Следовательно, в процессе поиска истины никто не может занимать привилегированную позицию. В основе этого представления лежит идея, согласно которой любой взрослый индивид имеет право на самостоятельный поиск истины и открытое провозглашение результатов этого поиска. Появление и развитие средств массовой информации в протестантском идеале выглядит как просто техническое расширение уже существующей коммуникации в публичной сфере. (Естественно, в процессе эволюции средств массовой информации их религиозные основания были утрачены. Сторонники свободы печати перешли от теологических оснований к ссылкам на естественные права человека.)

Что касается российской прессы, то она, во-первых, с самого начала опиралась на общую для России идею святости власти, идею, что царь есть помазанник божий. Сторонники этой идеи исходят из того, что где-то наверху есть носитель абсолютной власти, который способен навести порядок и поставить на место носителей власти среднего уровня. Такое представление власти о самой себе и народа о власти задавало вполне определенное социокультурное пространство для коммуникации вообще и

вертикальные иерархические связи культуры корневища, мультипликацию в ней несистемных и неожиданных различий, которые не укладываются в прежние бинарные структуры систематических соответствий (См.: Deleuze G. Guattari F. Rhizome. P., 1976).

развития масс-медиа в частности. Российские масс-медиа зародились во времена, когда власть в принципе не нуждалась в каких-либо посредниках между собой и обществом, а общество было не в состоянии помыслить себя в качестве независимого от государства субъекта. Совершенно очевидно, что в такой системе нет места для публичной сферы, и единственными механизмами обратной связи между подданными и властью становятся челобитные и доносы. Поэтому российские средства массовой информации всегда ориентировались на бюрократию как основную аудиторию и всегда помнили о своем главном читателе – царе, императоре, генсеке, президенте. Такая ситуация стала возможной потому, что российские СМИ возникают по инициативе власти как инструмент, обеспечивающий взаимодействие между эшелонами самой власти. Российская пресса с самого начала тесно сотрудничала с властью, и в основе этого сотрудничества лежала не англо-американская схема «обмен информации на публичность», а значительно более архаичский механизм дарения, когда одна сторона дарует защиту, а другая в благодарность за это публикует полезные для власти статьи.

Во-вторых, по мере вытеснения духовенства из светской жизни российского общества журналисты, литераторы стремились занять это место и присвоить право поучать государей и паству. Широко известны строки Пушкина, Некрасова и других российских литераторов по этому поводу.

В-третьих, что касается собственно коммуникации, то в России сложилось совершенно специфическое, прямо противоположное протестантскому, представление о коммуникативном акте. Коммуникация понималась – и до сих пор понимается – в российской традиции не как совместный поиск истины, а как способ выражения истины, заранее существующей до начала коммуникации. Отсюда и высокая самонадеянность любого автора, и уверенность в том, что не только содержание, но и форма знака являются отражением божественной истины, – отсюда такое внимание к качеству языка и приверженность традиции, характерная для российских СМИ.⁸

Понятно, что внутри этой системы всегда были элементы ее отрицания. Всегда были журналисты, боровшиеся с властью (правда, чаще всего борьба шла с одной частью власти и велась с благословения другой части). Однако те, кто отрицал и боролся, руководствовались при этом вовсе не известным лозунгом Вольтера, а исключительно желанием заменить идеи своих противников своими идеями.

⁸ См.: Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как устанавливается повестка дня? - Екатеринбург: Гуманитарный университет, Институт философии и права УрО РАН, 2001.

Все это делает остроактуальной задачу осмысления возможностей использования российских СМИ в качестве организатора диалога с общественностью по поводу ценностей толерантности в системе социальной самоорганизации меняющегося общества.

Обобщение материалов исследований, проводившихся в Независимом институте коммуникативистики в течение 2002–2006 годов и в Высшей школе экономики в 2006–2011 годах⁹, позволяет сделать несколько выводов о том, какова на самом деле роль СМИ в формировании толерантных/интолерантных отношений в России.

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

В методологическом плане при анализе публикаций СМИ исследовательская группа опиралась на положение о том, что нет толерантных или нетолерантных слов – есть такое их использование, которое делает высказывание толерантным или наоборот. Поэтому для изучения текстов печатных СМИ на предмет выявления в них признаков толерантности/интолерантности использовались методы контент-анализа¹⁰ и интен-анализа¹¹.

⁹ «Научно-методическое обеспечение акций и кампаний по пропаганде толерантного поведения в средствах массовой информации» (2002); «Разработка методики и организационного механизма мониторинга содержания продукции средств массовой информации» (2003); «Разработка методик формирования в обществе установок толерантности через средства массовой информации» (2004); «Разработка научно-методических подходов к использованию социальной рекламы, формирующей установки толерантности в молодежной и преподавательской среде» (2005); «Анализ реакции СМИ на социальную напряженность в системе образования» (2006); «Информационная открытость органов местного самоуправления как основа социального партнерства» (2006–2007 гг.); «Гражданские коммуникации и гражданское общество: опыт и перспективы эффективного взаимодействия» (2008–2009 гг.); «Инновационные технологии бизнес-коммуникаций: стратегии и тактики» (2010–2011 гг.). Кроме того, результаты проведенных исследований были представлены в следующих книгах: Язык мой... Проблемы этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М.: 2002; Мы – сограждане. – М.: 2002; Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. – М., 2002; Региональные СМИ и демократия в России. – М., 2003; Пресса и общество. – М.: Гуманитарный институт, 2003; Толерантность. Журналистика, политика, культура. – СПб.: СПбГУ, 2003; Гражданское общество в современной Европе. – М.: ИНИОН РАН, 2003; Социальное насилие и толерантность: реальность и медиа-образы. – М., 2004; Формула общественного доверия: информация+пропаганда? – М., 2004; Как защитить общество от языка вражды. – М., 2005; Пресса и общество. – М., 2005; Информационная открытость органов местного самоуправления как основа социального партнерства. – М., 2006; Российские СМИ: как создается образ врага. – М., 2007; Торговля людьми: СМИ как ресурс общественного противодействия современному рабству. – М., 2008; Гражданские коммуникации и гражданское общество. – М., 2009; Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками ксенофобии в обществе риска. – М., 2011.

¹⁰ Контент-анализ – метод, 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 функцию.

¹¹ Интен-анализ – метод выявления и объективирования неявных форм словесных воздействий, где единицей наблюдения является высказывание, отражающее - в нашем случае - отношения толерантности/интолерантности.

При анализе в текстах выделялись как интолерантное отношение к объектам, так и толерантное. В данном случае учитывалось, что явление толерантности/интолерантности во многом строится на явной или неявной дихотомии. В качестве ключевой категории, с помощью которой выявлялись признаки толерантности/интолерантности в публикациях, использовалась категория «мы-они» (другим вариантом этой модели, включающим оценочный элемент, становится категория «свой-чужой»).

С целью выявления толерантных и интолерантных установок, транслируемых на аудиторию средствами массовой информации, был проведен анализ ряда общефедеральных изданий, выходящих в Москве, и наиболее популярных изданий, выходящих в регионах России. При этом анализировались все **журналистские тексты** без предварительного отбора публикаций, содержащих внешние признаки интолерантности. Это позволило избежать опасности субъективной оценки текстов: в каждом отдельном случае оценивается конкретный текст, выявляются содержащиеся в нем утверждения с признаками толерантности/интолерантности по отношению к конкретному объекту, описываемому в тексте.

Если не вдаваться в детали, то обобщенная картина по всем проанализированным изданиям выглядит следующим образом.

Отчетливо выраженные интолерантные высказывания содержатся примерно в 40 % текстов, публикуемых в федеральных и региональных СМИ. Причем эта величина колеблется очень незначительно как по регионам, так и по годам. Анализ показал, что в модели действительности, конструируемой российскими СМИ, существует значительное количество образов «чужих», которые, в свою очередь, распадаются на несколько подгрупп разной степени опасности. В качестве «чужих» в СМИ маркируются представители власти, некоторых народов, «богатые» и «олигархи», мигранты и приезжие; различные религиозные конфессии. Кроме того, в качестве «чужих» выступают представители некоторых социальных групп: бомжи, алкоголики, ВИЧ-инфицированные, геи, лесбиянки и т.п. 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, например, 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: социального неприятия, социального выживания, социального успеха. 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 («свои») замечательные, добрые, высокодуховные люди, плохо живем из-за злокозненности наших врагов, а время как ОНИ («чужие») 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 создали такие условия, из-за которых мы вынуждены выживать, ОНИ 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.

Для СМИ, ориентированных на идеологию социального успеха, характерен высокий уровень толерантности по отношению как к социальным, так и к национальным группам. Журналисты, исповедующие эту парадигму, менее всего склонны обвинять в своих проблемах какие-либо внешние силы.

В ходе исследования были выполнены процедуры, позволившие выяснить способы, пользуясь которыми, авторы воспроизводят события и процессы, обладающие отчетливо выраженным толерантным/интолерантным потенциалом. *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.

Оказалось, что 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 предлагается¹².

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. 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.

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

Еще меньше в анализированных текстах суждений, в которых предлагается образ разумного действия (ОРД). Лишь изредка встречаются ОРД, в самом общем виде призывающие к преодолению 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

¹² Перечисленные выше способы воспроизведения журналистами описываемых предметов и выражения своего отношения к предметам описания для статистического предъявления результатов мониторинга были обозначены общим понятием «элементы текста». Элементы текста конкретизируются в терминах «описание», «объяснение», «оценка», «образ разумного действия».

массовое сознание читающей публики. Создается «сплошной дискурс, который подавляет личность и формирует тоталитарный тип сознания»¹³.

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 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 изданиями¹⁴. 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.

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 действий¹⁵, которые снижают их авторитет как источника информации,

¹³ 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.

¹⁴ Эта позиция, в частности, проверялась в ходе опроса российских журналистов, данные которого приведены ниже.

¹⁵ 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.

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.

Таким образом, можно сформулировать вывод о том, что толерантность можно понимать двояко: как деятельностный результат постоянной напряженной интеллектуальной работы по реализации ценности диалога, или, наоборот, как доведенное до автоматизма «мирное» поведение, вовсе не предполагающее мыслительного обеспечения. По идее, одно другому не мешает: если в быту можно основываться на автоматизации поведения, на «рефлексе толерантности», то в случае возникновения неординарной, проблемной ситуации может и должен включаться интеллект, обеспечивающий сознательный выбор той или иной схемы поведения. В цивилизованных странах сверх того существует еще и правоохранительная система, призванная обеспечивать толерантность в отношениях между любыми субъектами права до тех пор, пока они не выходят за рамки действующего законодательства.

Соответственно, есть два пути формирования толерантных установок. Первый путь предполагает становление господства в обществе культуры и рефлекса толерантности в результате распространения схемы свободного и осознанного личного выбора: сначала свобода, интеллект, диалог, потом рефлекс. Второй путь основывается на феномене, который можно назвать «принуждением к толерантности», когда толерантное поведение вводится угрозой репрессий¹⁶. Полезно заметить, что «принудительная толерантность» может иметь и легитимный характер, т.е. основываться на соответствующих законодательных актах. Такую культуру и рефлекс толерантности означенным путем можно сформировать даже легче, чем через средство свободного выбора и интеллекта: второй путь требует десятилетий и смены поколений, для первого же хватит нескольких лет. На бытовом уровне для обывателя различия между свободной и принудительной толерантностью могут оказаться в итоге исчезающе малыми, но они будут становиться неизбежными и резкими в ситуациях, когда сила принуждения почему-либо перестанет работать¹⁷.

Здесь же следует сказать о том, что сама толерантность может существовать и проявляться в трех формах: личностной, социальной, ситуативной. Под личностной толерантностью предлагается понимать соответствующую систему взглядов и отношений

¹⁶ Как выясняется, «принудительная толерантность» – не предел фантазии. Во вполне уважаемом прокремлевском «Русском журнале» появилась уже концепция принудительной свободы (каковую должны насаждать на Руси ветераны МВД, ФСБ и прокуратуры). См.: <http://www.russ.ru/culture/20041014.html>.

¹⁷ Если не считать сферы идеологии, в СССР с толерантностью все было в относительном порядке, но как только развалилась система принуждения, начались прямые столкновения: Алма-Ата, Баку, Фергана, Карабах, Осетия, Ингушетия, Абхазия, Приднестровье и, наконец, Чечня, на долгие годы ставшая едва ли не важнейшим фактором российской внутренней политики.

к «другому», которая представляет собой имманентное качество индивида, присущую ему поведенческую парадигму. Социальная толерантность – это следование правилам поведения, предписанным данным социумом (то, что выше было названо «принудительной толерантностью»). Ситуативная толерантность во многом зависит от физического, психологического, эмоционального состояния индивида в ситуации, когда, в принципе, надо проявить толерантность, и может колебаться от самоотверженной борьбы за права «другого» до злости на самого себя за недостаточно активное (а то и агрессивное) поведение.

Отношение массовой аудитории к деятельности СМИ по формированию установок толерантности

В рамках уже упоминавшихся исследований были проведены опросы населения и работников печатных СМИ.

Как выяснилось, основной эмоцией, которую испытывают большинство опрошенных представителей населения, сталкивающихся с другими людьми, которые ведут себя по отношению к ним агрессивно и грубо, является возмущение (49,3 %). Затем идут такие эмоции, как презрение и ненависть (35 % и 18,8 % соответственно). 44 % стремятся понять причины такого поведения.

Спокойно относятся к таким формам поведения 12,5 % опрошенных, и 4,9 % завидуют. Еще 8 % затруднились с ответом или предложили другой ответ (боль, грусть, жалость, нежелание лезть на рожон, смущение, уважение, удивление). Таким образом, можно предположить, что большинство опрошенных готовы реагировать на проявления интолерантности по принципу «око за око»¹⁸.

Если нашим респондентам приходилось самим выступать в роли интолерантного человека, то большинство из них (39,8 %) испытывали ненависть к тем обстоятельствам, которые вынудили их к этому. Другая группа (38,5 %) испытывала ненависть к тем конкретным индивидам, которые спровоцировали агрессивное поведение. 34,2 % испытывали стыд за свое поведение. Позитивные эмоции в виде удовлетворения от того, что удалось добиться своего, испытывали примерно 15 %, а 10 % вообще не ощутили никаких эмоций, поскольку агрессия для них – состояние привычное.

¹⁸ Здесь и далее все данные приведены в процентах к числу опрошенных. Если сумма превышает 100 %, значит, вопрос предполагал возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Таким образом, можно констатировать, что в подавляющем количестве случаев наши соотечественники, попадающие в ситуацию вынужденной интолерантности, испытывают по отношению к себе или виновникам этой ситуации негативные эмоции. Однакостораживает и довольной большой процент людей, которые относятся к себе в роли интолерантного индивида вполне спокойно.

Судя по ответам большинства опрошенных, наиболее ярко нетерпимость, ожесточенность, агрессивность проявляются в таких сферах нашей жизни, как улица, транспорт, общественные места, политика, правоохранительная сфера. Это лидеры. Затем идут информационная сфера, включая деятельность средств массовой информации, и сфера обслуживания. В сумме 30 % опрошенных отмечают широкое распространение интолерантных отношений в семейной (частной) жизни и на работе. Не может не наводить на грустные размышления, что более 20 % опрошенных сталкивались с проявлениями нетерпимости, грубости в сферах социального обеспечения и здравоохранения – там, где такое отношение не должно присутствовать по определению! Спорт, образование, культура, досуг замыкают этот список.

Отвечая на вопрос, как можно объяснить причины зафиксированного большинством опрошенных повышения в последние годы нетерпимости, агрессивности во взаимоотношениях между людьми и во всех сферах общественной жизни, участники опроса на первое место поставили низкий уровень жизни (71,5 %); следующая группа причин включает в себя низкий образовательный и культурный уровень населения (59,7 %); затем идет ссылка на массивную пропаганду агрессивности и ксенофобии, осуществляемую средствами массовой информации (55,3 %).

Достаточно большое количество опрошенных отметили дурной пример, подаваемый государственными и политическими лидерами, плохую работу учреждений культуры и образования, призванных воспитывать людей в духе терпимости, и исторические традиции грубости, нетерпимости, ксенофобии.

Среди других причин назывались влияние криминальной субкультуры, интеграция в западное общество, отсутствие духовности, плохая работа правоохранительных органов, слабость власти.

Отвечая на контрольный вопрос «С чем связано бытующее мнение, что в некоторых странах Запада уровень терпимости и уважительного отношения к другим людям выше, чем в России?», опрошенные вновь подтвердили свое мнение о том, что главными факторами, способствующим формированию толерантности, являются высокий уровень жизни, культурные традиции и соответствующая деятельность

правоохранительных органов. Впрочем, практически 40 % опрошенных уверены, что нетерпимость есть везде.

В ходе исследования была сделана попытка определить перечень явлений, процессов, фактов, форм поведения, по отношению к которым, по мнению опрошенных, нельзя быть терпимым. Имеющиеся материалы свидетельствуют о том, что подавляющее большинство опрошенных (84 %) уверены в том, что существуют такие явления, факты, процессы, формы поведения, по отношению к которым понятия «толерантность», «терпимость» неприменимы. Конкретный перечень соответствующих объектов получился весьма внушительным. Группировка полученных ответов показала следующее.

- **Социальные действия**, с которыми, по мнению опрошенных, надо беспощадно бороться, – это, прежде всего, терроризм; затем опрошенные назвали преступность, бандитизм, коррупцию, взяточничество, казнокрадство, произвол чиновников, бюрократизм, расизм, национализм, ксенофобию, шовинизм, наркоманию и многое другое.
- **Социальные институты**, не заслуживающие, по мнению опрошенных, толерантного отношения, – это здравоохранение и социальное обеспечение.
- В число **социальных общностей**, вызывающих нетерпимое отношение у значительного количества опрошенных, попали фашисты, скинхеды, сектанты и сексуальные меньшинства.
- Среди **этнических общностей** были названы «лица кавказской национальности», цыгане, чеченцы, китайцы.
- Среди разнообразных **типов индивидов**, на которых идея толерантности не может быть распространена, на первом месте маньяки, садисты. В эту же группу попали сумасшедшие, работники ЖКХ, педофилы, гомосексуалисты.
- Наиболее резкое осуждение у опрошенных вызывают такие **человеческие качества**, как беспардонность, наглость, хамство, грубость, а также жестокость, упрямство, фанатизм, глупость, лживость, подлость и пр.
- Среди **действий**, которым не может быть прощения, более половины опрошенных назвали насилие, затем было отмечено оскорбление личного достоинства, унижение, предательство.

Для уточнения представлений опрошенных по поводу объектов интолерантности в рамках исследования была проведена процедура, в ходе которой опрошенным предлагалось заполнить специальный бланк, в котором нужно было зафиксировать свое мнение по поводу того, как в России относятся к представителям различных социальных групп, наций, этносов, структур и т.п.

Оказалось, что, по мнению опрошенных, определенные социальные группы, нации, этносы, структуры обладают в массовом сознании вполне однозначными маркировками. Так, например, геи, лесбиянки, трансвеститы маркируются чаще всего как представители групп, вызывающих заведомо негативное отношение. То же самое относится к алкоголикам, наркоманам, бомжам, бывшим заключенным, беспризорникам. Достаточно высок уровень негативизма по отношению к мигрантам и вынужденным переселенцам. Богатые и нищие тоже, по мнению каждого десятого опрошенного, заслуживают негативного отношения.

Другими словами, любой, кто по каким-либо причинам существенно отклоняется от некоей общепризнанной нормы, может стать объектом интолерантности.

В сфере межнациональных отношений, по мнению опрошенных, есть нации и народы, обладающие высокой позитивной маркировкой и высокой негативной маркировкой. К первым относятся русские, итальянцы, англичане, французы, испанцы, греки и белорусы, набравшие свыше 40 % позитивных оценок; ко вторым – цыгане, чеченцы, азербайджанцы, китайцы, таджики, американцы, грузины, набравшие от 47 % до 27 % отрицательных оценок.

Опрошенным была дана возможность оценить отношение к различным вероучениям. Полученные данные свидетельствуют о том, что и в этой области существуют довольно жесткие и однозначные стереотипы. Наиболее положительно, по мнению опрошенных, в России относятся к христианству, прежде всего к православию, затем к католическому вероучению, буддизму и протестантизму. Что касается религий, которые получили стабильно отрицательные оценки, то в их число попали ваххабиты, сунниты, шииты, квакеры, адвентисты и даже последователи бахаизма, о котором в России вообще мало что известно.

Что касается властных структур, то положительные оценки получили Президент РФ и председатель Правительства. Остальные органы власти вызывают у опрошенных лишь негативные эмоции.

Из общественных организаций опрошенные позитивно отметили экологические и правозащитные организации.

Все сказанное выше позволяет сделать вывод о том, что в массовом сознании укоренено множество негативных и позитивных стереотипов, которые определяют отношения (а иногда и действия) значительного количества опрошенных. И приходится

констатировать, что среди этих стереотипов немало таких, которые плохо согласуются с доктриной толерантности.¹⁹

В ходе исследований был задан вопрос: «Что нужно делать, чтобы сформировать в России общество, в котором бы уважалось право человека «быть другим», чтобы отношения между людьми носили толерантный характер?» Все ответы можно объединить в три группы. Около 20 % считают, что в России в принципе невозможно сформировать терпимое, толерантное общество. Более 10 % полагают, что добиться решения этой задачи можно в том случае, если власть и президент будут всеми имеющимися в их распоряжении средствами бороться с нетерпимостью. Подавляющее большинство опрошенных (почти 70 %) полагают, что нетерпимость, агрессивность можно победить только всем миром; с ней должны бороться и власти, и все граждане.

Большинство опрошенных (почти 75 %) считают проблемы борьбы с нетерпимостью, агрессивностью, экстремизмом важными и актуальными для освещения в российских СМИ. Сознательных противников такой точки зрения немного – чуть более 6 %. Остальные затрудняются ответить на этот вопрос.

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 – около 9 % опрошенных. Несколько больше (13,2 %) тех, кто эту проблематику игнорирует, даже если соответствующие публикации или передачи попадают им на глаза. А в сочетании с теми, кто темой толерантности/интолерантности вообще не интересуется (11,3 %), группа равнодушных становится довольно ощутимой – практически четвертая часть участников опроса. Большинство же (около 70 %) относится к соответствующим материалам достаточно безразлично, но готовы их смотреть, читать и слушать, если они будут сделаны интересно и профессионально. Это значит, что регулярное освещение этой проблематики в СМИ требует особого творчества и профессионального мастерства, выдумки и азарта.

¹⁹ Аналогичные результаты были получены в июне 2011 года в ходе исследования «Двадцать лет реформ глазами россиян», которое проводилось Институтом социологии РАН при поддержке германского Фонда Эберта. Социологи диагностировали в России высокий уровень готовности к насилию, в том числе по этническому признаку. 53 % русских и 48 % нерусских признают, что в их населенных пунктах бывают столкновения на национальной почве. 70 % русских и 60 % нерусских испытывают неприязнь к людям некоторых национальностей. Насильственное выдворение представителей других народов из своего населенного пункта одобрили бы 40 % русских и 24 % нерусских. (См.: Сухов И. Боевая готовность. – URL: http://mn.ru/newspaper_country/20110623/302724641.html).

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 (почти 80 % опрошенных), затем газеты (более 40 %), разговоры с друзьями и коллегами (чуть менее 40 %) и радио (30 %). Журналы и специальная литература занимают в общем спектре информационных каналов весьма незначительное место. Следует отметить, что в последние годы значительно увеличилось количество участников опроса, которые в качестве канала информации о борьбе с проявлениями интолерантности предпочитают использовать Интернет (за время наблюдений их число выросло с 6 % до почти 23 %).

Оценивая роль российской прессы с точки зрения формирования установок толерантности и профилактики экстремизма в российском обществе, большинство опрошенных (более 60 %) согласилось с суждением, что на сегодняшний день СМИ являются трибуной для высказывания различных, в том числе и экстремистских, взглядов. Около 18 % опрошенных рассматривают СМИ как беспристрастного информатора, не имеющего собственной точки зрения. Примерно столько же (17 %) видят в СМИ сознательного пропагандиста экстремизма и насилия. Очень незначительное количество – 5 % опрошенных – увидели в СМИ пропагандиста установок толерантности.

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

Подавляющее большинство опрошенных журналистов (86,5 %) согласны с утверждением, что существуют такие явления, процессы, факты, люди, по отношению к которым нельзя быть толерантным. В списке таких явлений, процессов, людей первые позиции занимает, как и у населения, все, что связано с насилием: терроризм и экстремизм, наркобизнес и наркомания, фашизм, преступность, бандитизм и т.д. Что отличает список, предложенный журналистами, от списка сформированного представителями населения, – это значительно более высокие веса таких социальных явлений, как коррупция, национализм, беззаконие.

Характеризуя свое отношение к людям, нетерпимым к чужому мнению, агрессивным, грубым, не останавливающимся ни перед чем для достижения своей цели, одним словом, нетолерантным, опрошенные журналисты чаще всего называли такую позицию, как «пытаюсь понять причины такого поведения». Такая интеллигентно-рассудочная установка характерна более чем для половины опрошенных журналистов. Возмущение интолерантным поведением испытывает примерно такое же количество

участников опроса, презрением встречает интолерантное поведение почти четверть опрошенных, стыдятся нетерпимых индивидов 18 % журналистов.

Ответы на предыдущий вопрос хорошо согласуются с ответами на вопрос о том, что делают опрошенные в ситуациях, когда агрессивность, грубость проявляют к ним лично. Более 40 % опрошенных журналистов игнорируют такое поведение, около четверти участвовавших в опросе представителей СМИ пытаются вразумить грубияна, 18 % отвечают грубостью на грубость, примерно столько же предпочитают иные схемы взаимодействия с интолерантными индивидами: высмеивание, убежание, применение силы.

Если опрошенным журналистам приходилось прибегать к интолерантным формам поведения, то чаще всего они испытывали стыд (48 %). На втором месте такая эмоция, как ненависть к тем, кто спровоцировал такое поведение (25,3 %). На третьем месте – ненависть к нашей жизни, которая ставит людей в такие обстоятельства (23,9 %). Интересно, что все три доминирующие эмоции у журналистов и представителей населения совпадают, а вот их иерархия выстраивается с точностью до наоборот (напомним: население прежде всего возмущается жизнью, которая довела их до такого поведения). И количество журналистов, которые не испытывают никаких эмоций по поводу себя-нетолерантного или испытывают положительные эмоции, существенно меньше, чем среди населения.

По мнению опрошенных журналистов, совпадающему, кстати, с мнением населения, наиболее интолерантными сферами нашей жизни являются улица, транспорт, общественные места. На второе место по степени интолерантности поставлена политика. Затем идет правоохранительная сфера. Это безусловные лидеры интолерантности. Во вторую группу входят сфера обслуживания, семейная (частная) жизнь, информационная сфера (включая деятельность средств массовой информации) и социальное обеспечение. Интересно отметить, что журналисты – представители информационной сферы – относятся к ней более лояльно, чем население, которое считает ее значительно более напряженной с точки зрения проявлений интолерантности.

Опрошенные журналисты полагают, что главной причиной повышения уровня интолерантности в современной России является низкий уровень жизни. В этом пункте журналисты солидарны с населением, представители которого думают точно так же. На второе место журналисты поставили низкий образовательный, культурный уровень населения. На третье – массивную 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 % опрошенных). Затем идут армия и политические партии (чуть более 40 %). Государственная Дума РФ, по мнению опрошенных журналистов, также вносит существенный вклад в формирование в российском обществе атмосферы интолерантности. 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 % участников опроса. Затем идут традиционные церкви, толерантный потенциал которых отметили около 45 % 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 % опрошенных журналистов.

Во вторую пятерку институтов, способствующих толерантности, входят, по мнению опрошенных журналистов, средства массовой информации, судебная власть, Правительство России, органы национальной безопасности, профсоюзы²⁰.

Около 40 % опрошенных журналистов (примерно столько же, сколько и среди опрошенных представителей населения) полагают, что разговоры о том, что в странах Запада уровень толерантности выше, чем в России, не более чем миф, так как нетерпимость есть везде. Те журналисты, которые согласны с мнением о том, что уровень толерантности в странах Запада выше, чем в России, объясняют это так же, как и представители населения, более высоким уровнем жизни, а также нормами культуры, традициями и действенной системой санкций за нетолерантное поведение.

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

подавляющее большинство опрошенных журналистов (83,8 %) убеждены, что СМИ должны активнее, чем в настоящее время, заниматься освещением проблем толерантности.

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 % опрошенных журналистов объясняют такое поведение прежде всего материальными соображениями. Как было написано в одной из анкет: «Некоторые 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

²⁰ Любопытно, что средства массовой информации и судебная власть попали в оба списка, что говорит об их двойственном образе в сознании журналистов.

10 % опрошенных журналистов полагают, что есть и такие коллеги, которые сознательно используют трибуну СМИ для продвижения в массы своих интолерантных убеждений.

Что же, по мнению участников опроса, 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 %. Важное значение около половины опрошенных журналистов придают укреплению законодательной базы, регулирующей действия работников СМИ. Третье средство повышения 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.

Выводы

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

1. Уровень агрессии в российском обществе определяется несколькими группами факторов: социальными, экономическими, политическими, культурными, медийными.

Говоря о медийных факторах, которые являются предметом рассмотрения в данной статье, следует отметить, что проведенные в последние годы исследования, касающиеся проблемы отражения насилия в средствах массовой информации, установили, что средства массовой информации России, освещая проблему насилия, в основном живописуют жестокость, с которой участники насильственных акций расправляются друг с другом. Разумеется, 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.

СМИ активно используют различные методы воздействия, формируя в чьих-либо интересах отношение аудитории к событиям или явлениям при помощи мифов, стереотипов, слухов. Все это приводит к формированию определенным образом ориентированного контента, который задает неадекватные образы действительности (медиа-образы). Не ощущая подмены эмпирической действительности предлагаемой медиа-реальностью, аудитория выстраивает свои отношения с окружающим миром, ориентируясь во многом не на саму реальность, а на интерпретацию, которую предлагают СМИ.

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

С позиции первого - управленческого - подхода СМИ рассматриваются в качестве активного субъекта информационной, воспитательной, пропагандистской деятельности, и либо плохо эту деятельность осуществляют, либо сознательно «оболванивают» народ, выполняя чью-то злую волю.

Второй подход предполагает, что СМИ представляют собой зеркало, которое отражает то, что происходит в жизни. 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).

С точки зрения третьего подхода, 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 воздействии или адекватности отражения действительности просто снимается.

Сторонники четвертого подхода опираются на идею о том, что главной задачей СМИ является организация диалога между различными социальными силами. В этом случае СМИ – профессиональный модератор, который умеет организовать обсуждение, помогает точно выразить свое мнение тому, кто не может адекватно сформулировать свои мысли. СМИ должны стремиться помочь высоким договаривающимся сторонам достичь согласия.

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 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.

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, 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 овладевать принципиально новым инструментарием профессиональной деятельности, обеспечивающим организацию массового диалога между всеми участниками социальных процессов.

Идея толерантности идеально укладывается в рамки диалога: «Диалог – путь к толерантности». Это естественно, поскольку в 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 борьбе с инакомыслящими (которая рано или поздно обязательно превращается в борьбу с мыслящими и мышлением как таковым), выбор второго – к диалогу, партнерству (а иногда к соперничеству, но ограниченному определенными рамками, в предельном случае – рамкой права).

6. Подобный подход предъявляет довольно высокие требования и к журналистам, работникам СМИ, и к системе взаимоотношений между СМИ, властью, обществом. При этом сами журналисты определяют комплекс мер, реализация которых позволит повысить успешность участия СМИ в формировании в обществе установок толерантности.

7. Использование потенциала СМИ для эффективного противодействия экстремизму и ксенофобии несовместимо с введением ограничения свободы слова и свободы СМИ и с осуществлением лобовой пропаганды толерантности и мультикультурализма.

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.