

Дзялошинский И. М.

Председатель совета директоров Независимого Института Коммуникативистики,
Президент Правозащитного фонда «Комиссия по свободе доступа к информации»

ПОДЖИГАТЕЛЬ ИЛИ ПОЖАРНАЯ КОМАНДА? (О роли СМИ в формировании в российском обществе атмосферы толерантности и мультикультурализма)

Проблеме толерантности сейчас уделяется много внимания. Проводятся конференции, издаются книги и брошюры, осуществляются специальные программы. Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 августа 2001 г. утверждена и реализуется Федеральная целевая Программа «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российской обществе на 2001-2005 годы»

По линии различных фондов выполнен ряд проектов, направленных на просвещение журналистов, повышение качества материалов, посвященных межэтническим и межконфессиональным отношениям. Безусловно, реализация этих проектов сыграла свою положительную роль. По крайней мере, само слово «толерантность» уже вошло в журналистский обиход.

Несмотря на это, многие российские СМИ, как общефедеральные, так и региональные, грешат, мягко скажем, нетолерантными высказываниями, а иногда публикуют материалы откровенно провокационного характера.

Проведенное Независимым институтом коммуникативистики исследование¹ показало, что отчетливо выраженные интолерантные, иногда весьма агрессивные высказывания содержатся примерно в 40 процентах текстов, опубликованных в СМИ. Эта агрессия проявляется в трех основных формах: подбор тематики, специфическое комментирование, использование дискриминирующей лексики и стилистики. Основным носителем интолерантных суждений в федеральных СМИ является политическая тематика, в региональных - экономическая.

¹ С целью выявления толерантных и интолерантных установок, транслируемых на аудиторию средствами массовой информации, в ходе реализации проекта был проведен анализ самых тиражных общефедеральных и местных изданий, выходящих в 29 регионах России.

Отбор изданий для анализа основывался на показателях рейтинга – средней величины аудитории одного номера, полученных медиаметрической фирмой Gallup Media.

В каждом регионе в выборку попали местные издания, занимающие 1-3 места по величине рейтинга. Исключались те издания, которые являются региональными модификациями (выпусками) общероссийских изданий – «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», а также собственно общероссийские издания (не имеющие региональных выпусков).

В выборку включались только издания газетного типа с универсальной (общественно-политической) тематикой, имеющие электронную версию.

Для отбора номеров ежедневных газет использовалась «пошаговая» методика: отбирались номера, выходящие по средам, для газет, выходящих чаще 1 раза в неделю, и все номера еженедельных газет. В каждом номере в выборку включались все материалы, за исключением рекламы, погодных и астрологических прогнозов, игр и т.п. При этом в выборку попали анекдоты, сказки, рассказы, притчи, басни, стихи, мифы.

Что касается этнической проблематики, то анализ показывает, что об американцах и англичанах писали больше отрицательно, а об арабах – нейтрально или положительно, как и о курдах. Устойчиво отрицательное отношение складывается к таким национальностям, как азербайджанцы, армяне, грузины и китайцы. Стараются не обижать российские СМИ французов, и немцев.

Конфессиональный аспект толерантности проявлялся в том, что появилось много негативных публикаций об исламе. Следует отметить еще одну проблему, актуальную для России. Несмотря на то, что церковь отделена от государства, православие является одной из основных религий России. Отсюда вполне очевидное отсутствие положительных публикаций о католицизме. Это противостояние становится ярче накануне и во время весенних пасхальных праздников.

Самой активно представленной оказалась категория «Организации, ведомства». Входящим в эту категорию группам и субъектам уделялось значительное внимание в СМИ всех попавших в выборку регионов. С положительной интенцией чаще всего упоминаются Президент РФ, общественные, экологические организации, традиционные церкви. Преимущественно в негативном контексте упоминаются Госдума РФ, Правительство РФ, армия, коммунальные службы. Неоднозначно относятся региональные печатные СМИ к органам управления городского, областного, краевого, республиканского уровней, правоохранительным органам, судебной власти и к своим коллегам.

Проведенное исследование показало, что наиболее толерантное отношение в СМИ наблюдается к объектам, которые воспринимаются как наименее агрессивные. 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, является идеологическая парадигма, которой придерживаются редакционные коллективы. Выполненный анализ позволил выделить три основных парадигмы: **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 (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. Такие установки устойчиво прослеживаются в воронежской газете «Берег» и федеральной газете «Завтра».

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. Данное отношение выстраивает по схеме: МЫ хорошие люди, которым мешают жить достойно. В то время, как 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. Такие установки устойчиво прослеживаются у большинства анализируемых нами региональных изданий.

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

пам. Представители, исповедующие эту парадигму, менее всего склонны обвинять в своих проблемах какие-либо внешние силы. К данному типу изданий можно отнести новосибирские «Ведомости», федеральные газеты «Ведомости» и «Аргументы и Факты».

Возникает вопрос: почему журналисты, много и охотно рассуждающие на конференциях и семинарах о том, что такое толерантность, поддерживающие идею толерантного отношения к ближнему, одновременно публикуют материалы, в которых высокомерно отзываются о «лицах кавказской национальности», призывают раз и навсегда решить «чеченскую проблему», делят жителей какого-нибудь городка на «местных» и «пришлых» и т.п. Так, например, когда на одном из семинаров мы предложили журналистам поразмышлять о том, как обеспечить толерантное отношение к приезжим, то подавляющее большинство дали простой ответ: надо ограничить количество приезжих. И еще предложили фильтровать приезжающих: по профессии, по возрасту. Это к вопросу о толерантности наших журналистов и знании ими основополагающих документов о правах человека.

Однако оценивая свою сегодняшнюю роль, большинство 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 считают, что СМИ прежде всего являются трибуной для высказывания различных взглядов. Этому мнению придерживаются от 75 процентов опрошенных журналистов Санкт-Петербурга до 57 процентов опрошенных журналистов Самары.

Признавая, что отдельные журналисты действительно распространяют в СМИ экстремистские настроения, примерно половина 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». От 20 процентов (Самара) до 38 процентов (Новосибирск) опрошенных журналистов полагают, что те, кто так поступает, просто не понимают, что делают. Некоторые журналисты просто хотят привлечь к себе внимание. Вместе с тем опрошенные журналисты 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 50 процентов опрошенных журналистов из Воронежа, 59 процентов из Екатеринбурга, 66 процентов из Новосибирска и Санкт-Петербурга, 71 процента из Самары. Важное значение придают опрошенные журналисты укреплению законодательной базы, регулирующей действия журналистов. Третье средство повышение толерантности публикаций и передач – 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 региональные журналисты могли бы более энергично способствовать становлению толерантного сознания, опрошенные журналисты выделили следующие направления своей деятельности.

Во-первых, пресса могла бы более эффективно формировать уважение у своих читателей, зрителей, слушателей к существующему разнообразию культур. Эту задачу поставили на первое место 76 процентов опрошенных журналистов из Екатеринбурга, 72 процента из Санкт-Петербурга, 68 процентов из Самары, 62 процента из Воронежа.

Второе направление – доброжелательный показ разнообразия ценностей и идей, которых придерживаются разные люди. Об этом заявили 67 процентов опрошенных журналистов из Новосибирска, 61 процент – из Самары, 53 процента из Воронежа, 47 процентов из Екатеринбурга и Санкт-Петербурга.

Третье направление – демонстрация антиобщественной природы экстремизма во всех его проявлениях. Эту идею поддерживают 61 процент опрошенных журналистов из Санкт-Петербурга и Воронежа, и свыше 44 процентов опрошенных журналистов из Новосибирска, Самары и Екатеринбурга.

Четвертое направление – помогать взаимодействию различных социальных групп, выступать модератором общественного диалога и социального партнерства. Эта идея греет душу примерно 25 процентам опрошенных журналистов из Новосибирска и Санкт-Петербурга, 31 проценту из Воронежа, 39 процента из Самары и 41 проценту из Екатеринбурга.

Пятое направление – стимулирование выработки норм толерантного поведения. Эту идею поддерживают примерно треть опрошенных журналистов.

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