

## **Иосиф Дзялошинский**

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

# **О РОЛИ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ АТМОСФЕРЫ ТОЛЕРАНТНОСТИ И МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМА**

## **Кого и почему не любят СМИ?**

Независимый Институт Коммуникативистики (НИК) и Комиссия по свободе доступа к информации (КСДИ) третий год ведут мониторинг состояния российских СМИ с точки зрения представленности в них агрессивного и толерантного контента. Полученные в ходе исследований<sup>1</sup> материалы дают основания для вывода о том, 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.

Основными носителями интолерантных суждений в федеральных СМИ являются материалы на политические темы, в региональных – на экономические.

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 фиксируется к таким национальностям, как азербайджанцы, армяне, грузины и китайцы.

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.

---

<sup>1</sup> С целью выявления толерантных и интолерантных установок, транслируемых на аудиторию средствами массовой информации, был проведен анализ самых тиражных общероссийских 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.

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, какое-то поглощение (экономическое, демографическое, территориальное, идеологическое), либо способные на непосредственную или воображаемую агрессию (наркоманы, бомжи, алкоголики, преступные группы, мигранты, люди, 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 работает 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 выстраивается 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 успеха, 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.

Названные установки прослеживаются у большинства проанализированных региональных изданий.

### **Как чувствуют себя Интернет-ресурсы в поле толерантности?**

В 2004 году НИК предпринял попытку исследовать вопрос о том, какова мера интереса СМИ к определенным проблемным полям, на которых и происходят основные события, которые можно рассматривать в контексте толерантности<sup>2</sup>. Для этого был проведен поиск медиа-текстов, содержащих следующие ключевые слова (категории анализа)<sup>3</sup>:

- антисемитизм;
- гомофобия;
- дискриминация;
- интолерантность;
- кавказофобия;
- ксенофобия;

<sup>2</sup> В данном исследовании для обозначения этого феномена использовано рабочее понятие «проблемное поле толерантности».

<sup>3</sup> Выбор категорий анализа был продиктован необходимостью выявить степень распространенности в текстах печатных СМИ определенного набора понятий, обозначающих распространенные явления и состояния современного российского общества в контексте толерантности. Из категорий анализа были изъяты такие понятия, как, например, «терроризм» и «агрессия», так как их изучению посвящено достаточно большое количество исследований.

- мигрантофобия;
- мультикультурализм;
- нацизм;
- нетерпимость;
- национализм;
- расизм;
- терпимость;
- толерантность;
- экстремизм.

Другой вопрос, который интересовал исследовательскую группу, был связан с выяснением способов, пользуясь которыми, журналисты воспроизводят события и процессы, обладающие отчетливо выраженным толерантным/интолерантным потенциалом. В данном исследовании прошел проверку новый подход к анализу медиа-текстов, суть которого заключается в изучении элементов журналистского текста, которые по воле автора чаще всего становятся носителями того или иного отношения к различным явлениям и ситуациям, возникающим в проблемном поле толерантности.

В качестве гипотезы была выдвинута идея, согласно которой в 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.

С целью получения ответов на эти вопросы были исследованы 213 материалов, опубликованных в федеральных газетах:

- «Аргументы и факты»;
- «Известия»;
- «Комсомольская правда»;
- «Московский комсомолец».

Мониторинг электронных версий изданий проводился в течение февраля – мая 2004 г. с использованием метода контент-анализа.

Третий вопрос, определивший логику данного исследования, касался содержания информационных материалов, посвященных опыту позитивного освещения ситуаций, возникающих в проблемном поле толерантности. Ряд информационных агентств в последние годы активно информирует общественность об акциях, ситуациях, случаях, в ходе которых были реализованы толерантные технологии разрешения конфликтов. Исследовательская группа поставила перед собой задачу рассмотреть этот информационный поток как с точки зрения выяснения содержания, так и с точки зрения активности субъектов информационного пространства. С этой целью изучались следующие информационные Интернет-ресурсы:

- NEWSru.com (<http://www.newsru.com>);
- РИА Новости (<http://www.rian.ru>);

- Глобальный еврейский он-лайн центр (<http://www.jewish.ru>);
- Media International Group (<http://www.MIGnews.com>);
- Агентство социальной информации ([www.asi.org.ru](http://www.asi.org.ru));
- Центр экстремальной журналистики (<http://www.cjes.ru>);
- Яндекс. Новости (<http://news.yandex.ru>);
- Газета.ru (<http://www.gazeta.ru>).

Мониторинг Интернет-ресурсов также проводился в течение февраля – мая 2004 г. с использованием метода контент-анализа.

### Что показало исследование?

Прежде всего необходимо констатировать слабость, приблизительность, неточность понятийного аппарата, используемого средствами массовой информации для описания все усложняющихся социальных процессов, особенно в проблемном поле толерантности. Выяснилось, что авторы большинства материалов, содержащих в себе очевидный потенциал интолерантности, либо не знают терминов и понятий, с помощью которых обычно описывают подобные ситуации, либо избегают такие понятия употреблять. Например, такие категории, как гомофобия, интолерантность, кавказофобия и мультикультурализм, не встретились в анализируемых газетах ни разу. При этом сами явления, обозначаемые этими понятиями, обсуждаются. Не пишут – кавказофобия, а пишут про «плохих лиц кавказской национальности» и т.д.

Это означает, что в обыденном дискурсе, на который ориентируются журналисты, отсутствуют важные категории, без которых трудно осмысливать сложные процессы социальных взаимоотношений. А как известно, нет слов, нет и явлений... Точнее говоря, явления таковы, какими словами мы их обозначаем. Использование неточных, косвенных обозначений отражает неумение и нежелание журналистов адекватно диагностировать суть предьявляемых ими образов событий и явлений и почти гарантированно предполагает искаженное восприятие этих образов.

Что касается способов воспроизведения описываемых предметов и выражения своего отношения к предметам описания, оказалось, что в общем и целом российская пресса относится к толерантности и толерантным моделям и технологиям поведения позитивно. Хотя иногда и встречаются тексты, указывающие на иллюзорность мечтаний о возможности формирования толерантных отношений в нашу эпоху.

Получила подтверждение гипотеза о том, 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 предлагается (табл. 1)<sup>4</sup>.

Описывая разнообразные факты и явления действительности, журналисты чаще всего пользуются нейтральным, объективистским языком. По некоторым проблемам, например, связанным с практикой мигрантофобии, описания носят подчеркнуто нейтральный характер. Но и по другим проблемным полям нейтральные описания доминируют над позитивными или негативно окрашенными.

Количество суждений, которые можно отнести к аналитическим, существенно меньше описательных и оценочных суждений. Приводимые авторами объяснения причин

<sup>4</sup> Перечисленные выше способы воспроизведения журналистами описываемых предметов и выражения своего отношения к предметам описания для статистического предьявления результатов мониторинга были обозначены общим понятием «элементы текста». Элементы текста конкретизируются в терминах «описание», «объяснение», «оценка», «образ разумного действия». Статистические данные в таблицах приведены в процентах по каждой категории анализа в рамках отдельного элемента текста. Сумма может быть меньше ста процентов в тех случаях, когда в анализируемых материалах отсутствовал тот или иной элемент текста.

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). Изредка встречаются позитивные ОРД, направленные на преодоление дискриминации, экстремизма, ксенофобии, расизма. Поддерживаются практики толерантного, терпимого поведения. В негативном ключе воспроизводятся дискриминационные, экстремистские практики.

**Таблица 1**  
**Результаты мониторинга электронных версий федеральных печатных СМИ (в целом по массиву)**

Категории анализа	Элементы текста											
	описание			оценка			объяснение			образ разумного действия		
	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>
Антисемитизм	0.0	11.8	64.7	0.0	23.5	5.9	0.0	5.5	17.6	0.0	0.0	0.0
Дискриминация	3.2	9.7	64.5	0.0	35.5	6.5	9.2	12.9	16.1	3.5	3.2	12.7
Ксенофобия	0.0	13.6	18.9	4.5	50.1	18.2	9.1	18.8	22.7	13.6	4.5	9.1
Мигрантофобия	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нацизм	0.0	16.7	66.7	0.0	33.7	0.0	16.5	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
Нетерпимость	0.0	17.6	52.9	0.0	41.2	11.3	0.0	11.5	23.5	0.0	5.9	11.9
Национализм	4.7	25.6	25.9	7.0	46.5	4.7	9.3	25.6	14.0	2.8	2.3	2.5
Расизм	7.1	23.1	38.5	0.0	38.4	0.0	7.6	23.1	23.9	7.1	7.4	7.9
Терпимость	38.1	0.0	41.4	5.6	11.6	11.1	16.1	0.0	16.7	16.9	0.0	0.0
Толерантность	41.2	0.0	30.7	40.1	10.4	30.2	30.1	0.0	20.7	20.2	0.0	20.4
Экстремизм	0.0	17.9	28.2	0.0	38.5	5.1	0.0	20.5	25.6	10.3	0.0	5.1

Анализ текстов с точки зрения особенностей отображения различных проблемных полей показывает, что здесь есть некоторые нюансы.

Например, в текстах, посвященных антисемитизму, описания и оценки, носят, как правило, негативный характер, а объяснение – нейтрально-фаталистический. Типа: так уж повелось на Земле – никто евреев не любит. Категория «дискриминация» представлена текстами, в которых факты чаще всего подаются подчеркнуто нейтрально, а иногда даже положительно. Да и сами дискриминационные практики чаще всего воспроизводятся достаточно нейтрально, а иногда как вполне приемлемый вариант решения некоторого класса социальных проблем. Аналогичная картина просматривается и по другим категориям анализа.

Есть определенные различия и между практиками, сложившимися в разных изданиях (табл. 2-5). Поскольку в выборке, использованной для анализа, большая часть текстов была из «Известий», неудивительно, что модель известинского текста практически полностью совпадает с моделью текста генеральной совокупности. Но вот, например, в текстах «АиФ», попавших в выборку, нет ни одного образа разумного действия и очень мало объяснительных суждений. Подавляющее большинство публикуемых этой газетой текстов состоит из одного элемента: это либо нейтральное описание ситуации, либо чистая – без каких-либо описаний – оценка. Действительно, «АиФ» - газета фактов и мнений.

Что касается «Комсомольской правды», то здесь ситуация несколько иная. Тексты, как правило, состоят из двух элементов: описание ситуации плюс оценка. Количество объяснительных суждений и образов разумного действия немного больше, чем в «АиФ», хотя тоже невелико. При этом «КП» существенно резче, чем «АиФ», относится к националистическим и дискриминационным практикам и более открыто выступает за толерантные отношения в общественной жизни.

Структура текстов, публикуемых в «Московском комсомольце», представляет собой некий промежуточный вариант между «Известиями» и «АиФ». В «МК» больше аналитики и ОРД, чем в «АиФ», но меньше, чем в «Известиях». Главной особенностью «МК» является то, что на ее страницах появляются как материалы, подвергающие резкой критике явления ксенофобии и нетерпимости, так и материалы, вполне нейтрально, а иногда и сочувственно описывающие или объясняющие факты дискриминации по национальному или конфессиональному признаку. Такая причудливая палитра отношений, видимо, и делает эту газету столь популярной.

**Таблица 2**  
**Результаты мониторинга электронной версии газеты «Известия»**

Категории анализа	Элементы текста											
	описание			оценка			объяснение			образ разумного действия		
	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>
Антисемитизм	0.0	10.1	60.1	0.0	20.3	10.2	0.0	0.0	30.1	0.0	0.0	0.0
Дискриминация	4.2	8.3	62.5	0.0	33.1	4.2	12.5	12.5	20.8	4.2	4.2	16.7
Ксенофобия	0.0	15.2	20.1	5.2	45.1	20.4	10.3	14.0	25.1	15.7	5.3	10.2
Мигрантофобия	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нацизм	0.0	20.2	78.0	0.0	20.5	0.0	20.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нетерпимость	0.0	21.4	50.4	0.0	42.9	14.3	0.0	7.1	28.6	0.0	7.1	14.3
Национализм	3.1	25.8	19.4	3.5	45.2	6.5	12.9	29.0	9.7	3.4	3.9	3.1
Расизм	10.2	30.7	30.3	0.0	40.1	0.0	10.3	20.2	10.5	10.1	10.7	10.2
Терпимость	23.1	0.0	46.2	0.0	15.1	15.8	15.3	0.0	23.1	15.1	0.0	0.0
Толерантность	33.1	0.0	31.9	32.5	16.7	30.7	34.3	0.0	31.3	35.1	0.0	34.3
Экстремизм	0.0	19.4	25.8	0.0	38.7	6.3	0.0	22.6	25.8	12.9	0.0	6.6



**Таблица 3**  
**Результаты мониторинга электронной версии газеты «Аргументы и факты»**

Категории анализа	Элементы текста											
	описание			оценка			объяснение			образ разумного действия		
	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>
Антисемитизм	0.0	0.0	100.0	0.0	33.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Дискриминация	0.0	0.0	100.0	0.0	66.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нацизм	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нетерпимость	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Национализм	0.0	0.0	100.0	0.0	66.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Терпимость	0.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Толерантность	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Экстремизм	0.0	20.1	20.6	0.0	33.1	0.0	0.0	20.3	40.9	0.0	0.0	0.0



**Таблица 5**  
**Результаты мониторинга электронной версии газеты «Московский комсомолец»**

Категории анализа	Элементы текста											
	описание			оценка			объяснение			образ разумного действия		
	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>	<i>хорошо</i>	<i>плохо</i>	<i>ней-траль-но</i>
Антисемитизм	0.0	30.3	62.7	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
Дискриминация	0.0	0.0	60.1	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
Ксенофобия	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нетерпимость	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Национализм	30.7	0.0	35.1	33.9	36.3	0.0	0.0	0.0	34.9	0.0	0.0	0.0
Расизм	0.0	0.0	49.5	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
Терпимость	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47.9	0.0	0.0	51.0	0.0	0.0
Толерантность	47.1	0.0	49.2	51.0	0.0	0.0	47.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Переходя к анализу деятельности Интернет-ресурсов, пропагандирующих позитивный опыт толерантности, следует прежде всего обратить внимание на неравномерность той активности, которую проявляют эти субъекты информационного пространства. Общая характеристика этой активности представлена в табл. 6.

**Таблица 6**  
**Распределение внимания к различным объектам отношения информационных Интернет-ресурсов (в % по столбцу)**

Наименование Интернет-ресурса	Объекты отношения				Всего
	национальности	конфессии	социальные группы	организации и структуры	
NEWSru.com ( <a href="http://www.newsru.com">http://www.newsru.com</a> )	1,2	41,1	2,4	9,6	9,8
РИА Новости ( <a href="http://www.rian.ru">http://www.rian.ru</a> )	11,6	8,8	19,5	23,2	16,2
Глобальный еврейский он-лайн центр ( <a href="http://www.jewish.ru">http://www.jewish.ru</a> )	37,2	17,6	12,1	28,8	27,3
Media International Group ( <a href="http://www.MIGnews.com">http://www.MIGnews.com</a> )	4,6	5,9	7,3	5,5	5,5
Агентство социальной информации ( <a href="http://www.asi.org.ru">www.asi.org.ru</a> )	33,7	20,6	44,0	27,4	31,6
Центр экстремальной журналистики ( <a href="http://www.cjes.ru">http://www.cjes.ru</a> )	1,2	0,0	4,9	1,7	1,7
Яндекс. Новости ( <a href="http://news.yandex.ru">http://news.yandex.ru</a> )	9,3	2,9	9,7	2,7	6,4
Газета.ru ( <a href="http://www.gazeta.ru">http://www.gazeta.ru</a> )	1,2	2,9	0,0	1,7	1,3

Наиболее энергично работает в качестве пропагандиста толерантности Агентство социальной информации (АСИ), на долю которого приходится более 30 процентов всех текстов, посвященных позитивному освещению опыта толерантности. На втором месте – Глобальный еврейский он-лайн центр (27 процентов от общего количества материалов). На третьем – РИА Новости (16 процентов). Вклад всех остальных Интернет-ресурсов колебался от полутора до десяти процентов. Таким образом, выполненный мониторинг позволил выявить те Интернет-ресурсы, которые проявляют наибольшую активность в качестве проводников идей толерантности в информационном пространстве Интернета.

Мониторинг позволил выявить и меру интереса различных Интернет-ресурсов к различным объектам проблемного поля толерантности. Или, по-другому, определить специализацию Интернет-ресурсов. Для этого был проведен анализ информационной продукции с точки зрения представленности в ней текстов, посвященных таким объектам толерантного/интолерантного отношения, как национальности, религии, социальные группы, организации и структуры.

Выяснилось, что в информационном потоке, продуцируемом АСИ, доминирует проблематика социальных групп (44 процентов от общего количества всех текстов этого агентства, попавших в мониторинг в этот период). Затем идут межнациональные отноше-

ния, взаимоотношения с организациями и ведомствами, межконфессиональные отношения.

Другой лидер информационного пространства - Глобальный еврейский он-лайн центр – прежде всего обращает внимание на опыт позитивных межнациональных отношений, а затем, на формирование толерантного отношения к различным организациям и ведомствам.

В информационном потоке, создаваемом РИА Новости, на первом месте тексты, рассказывающие об опыте различных организаций и структур по формированию толерантных отношений, на втором – опыт снятия напряженности в отношениях между разными социальными группами.

Свои специфические интересы есть и у других Интернет-ресурсов.

Анализ данных, полученных в процессе мониторинга, позволил выявить также масштаб представленности в информационном пространстве названных выше объектов проблемного поля толерантности. Выяснилось, что больше всего внимания информационные агентства уделяют национальным общинам, на втором месте – организации и структуры, далее идут социальные группы и замыкают четверку объектов конфессии (табл. 7).

**Таблица 7**

**Распределение позитивного внимания к объектам проблемного поля толерантности**

<b>Объекты поля толерантности</b>	<b>%</b>
Национальности	37,2
Конфессии	14,3
Социальные группы	17,3
Организации, структуры	31,2

Данные мониторинга позволили выявить степень представленности в информационных материалах действий национальных общин, диаспор, различных организации и ведомств, а также отдельных лиц в сфере налаживания межнационального диалога. Прежде всего приходится констатировать, что если в достаточно большом массиве информационных материалов, рассказывающих о жизни и деятельности национальных общин, диаспор и различных организаций, выделить тексты, посвященные различным инициативам и конкретному опыту налаживания толерантных межнациональных отношений, то список представленных национальностей окажется весьма коротким (табл. 8).

**Таблица 8**

**Распределение материалов о позитивном опыте межнациональных отношений**

<b>Национальности</b>	<b>%</b>	<b>Национальности</b>	<b>%</b>
Евреи	33,7	Египтяне	2,1
Арабы	11,7	Алтайцы	1,9
Русские	7,8	Латыши	1,9
Чеченцы	7,6	Сербы	1,9
Татары	4,3	Корейцы	1,8
Американцы	3,9	Молдаване	1,7
Англичане	3,8	Алжирцы	1,4
Немцы	3,7	Киприоты	1,4
Армяне	2,4	Цыгане	1,4
Французы	2,4	Чулымы	1,2
Украинцы	2,3		

Этот список свидетельствует о том, что в информационных текстах чаще всего упоминаются действия еврейских общин и организаций, на долю которых приходится почти 34 процента всех текстов, рассказывающих о позитивных усилиях по налаживанию межнационального диалога. Затем идут материалы, рассказывающие об усилиях арабских общин и организаций (12 процентов). Достаточно весомо представлены русские общины и организации (8 процентов). Представленность всех остальных национальностей мало заметна.

Наибольший вклад в освещение межнациональных отношений вносят Глобальный еврейский он-лайн центр и АСИ, на долю которых приходится более 70 процентов всех информационных материалов, посвященных позитивному опыту межнациональных отношений (см. табл. 6).

Что касается межконфессиональных отношений, то представляет интерес распределение объемов позитивных материалов об усилиях представителей тех или иных конфессий, направленных на формирование толерантных отношений в этой сфере. Имеющиеся материалы позволяют сделать вывод о том, что наибольшее количество усилий исходит от представителей различных ветвей христианского вероучения. Любопытно, что при абсолютной несопоставимости количества приходов и прихожан католиков и православных в России, количество сообщений о деятельности этих церквей, направленной на формирование толерантных отношений, примерно равно. Что свидетельствует о значительно более высокой активности немногочисленных католических приходов (табл. 9.).

**Таблица 9**  
**Распределение материалов о позитивном опыте межконфессиональных отношений**

Конфессии	%
Ислам	35,3
Православие	20,1
Католичество	16,5
Христианство в целом	16,0
Иудаизм	8,0
Буддизм	4,1

В освещении межконфессиональных отношений доминирует NEWSru.com, на долю которого приходится свыше 40 процентов от общего количества материалов на эту тему, попавших в мониторинг. Затем идут АСИ и Глобальный еврейский он-лайн центр (см. табл. 6).

В материалах Интернет-ресурсов довольно активно освещаются усилия по формированию толерантных отношений между различными социальными группами. В этом потоке выделяется массив текстов, посвященных необходимости толерантного отношения к детям вообще (22 процента от общей совокупности) и особенно к беспризорным (13 процентов) и социально незащищенным детям (11 процентов). Если к этим группам добавить подростков (6 процентов) и молодежь (4 процента), то становится очевидным, что подрастающее поколение рассматривается производителями информационного продукта в качестве главного объекта проблемного поля толерантных отношений.

Затем идут беженцы, мигранты, вынужденные переселенцы, которым в сумме посвящены 30 процентов материалов, содержащих опыт формирования толерантных отношений.

Оставшиеся 20 процентов приходятся на долю инвалидов, больных, ВИЧ-инфицированных, людей с нетрадиционной сексуальной ориентацией.

Таким образом, выделяются три большие социальные группы, испытывающие потребность в толерантном отношении к себе и стимулирующих поиски соответствующих технологий:

- подрастающее поколение;
- люди, не по своей воле сменившие место жительства;
- люди, чье психофизиологическое состояние существенно отличается от существующих стандартов.

Общей характеристикой всех этих групп является маргинальность, исключенность из общего социального процесса (табл. 10).

**Таблица 10**  
**Распределение материалов о позитивном опыте взаимоотношений социальных групп**

Социальные группы	%
Дети	22,1
Беспризорные дети	12,7
Социально незащищенные дети	11,3
Беженцы	10,9
Мигранты	8,3
Подростки	5,9
Вынужденные переселенцы	5,7
Инвалиды	5,5
Вич-инфицированные	5,4
Молодежь	3,8
Больные	2,9
Геи	2,8
Лесбиянки	2,7

Информационный поток, посвященный сфере социальных отношений, как уже было сказано выше, в основном формируется АСИ. Вносят свой вклад в формирование этого информационного потока РИА Новости и Глобальный еврейский он-лайн центр (см. табл. б).

В потоке материалов, повествующих о позитивном опыте различных организаций и структур, способствующих формированию атмосферы толерантности, выделяются информационные комплексы, посвященные деятельности общественных организаций, стремящихся реализовать различные проекты «всеобщей толерантизации». Затем идет группа текстов, рассказывающих о деятельности различных органов управления областного уровня. Третьим по значимости объектом информационных материалов, предъявляющих опыт формирования толерантных отношений, являются традиционные церкви. СМИ в качестве социального института, предпринимающего усилия по повышению толерантности общества, упоминается в 12 процентах проанализированных текстов (табл. 11).

**Таблица 11**  
**Распределение материалов о позитивном опыте взаимоотношений организаций и структур**

Организации и структуры	%
Общественные организации	32,1
Органы управления областного уровня	15,7

Традиционные церкви	13,2
Органы управления городского уровня	12,3
СМИ	12,1
Экологические организации	6,1
Правоохранительные органы	3,7
Госдума	3,6
Президент	1,2

Эти же три лидера (АСИ, РИА Новости и Глобальный еврейский он-лайн центр) формируют информационный поток, повествующий о позитивном опыте деятельности на ниве толерантности различных организаций и структур (см. табл. 6).

### А что дальше?

Таким образом, проведенное пилотное исследование позволило не только проверить методику, но и получить весьма нетривиальные выводы, которые могут инициировать дальнейшие исследования в этой области. Исследовательская группа предполагает продолжить работу в этом направлении с тем, чтобы накопить более представительный материал и на его основе выработать рекомендации, направленные на повышение роли СМИ в процессе «толерантизации» общества. А о том, что эту роль надо повышать свидетельствует тот факт, что СМИ в качестве субъекта действий, направленных на повышение толерантности общества, упоминается лишь в 12 процентах проанализированных текстов.

Проведенные в регионах опросы, свидетельствуют о том, что, 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 участники опросов 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. Большое значение придают опрошенные журналисты укреплению законодательной базы, регулирующей действия журналистов. Третье средство повышения 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, может сыграть создание разнообразных структур, которые будут проводить 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 которую 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 поддерживает 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 поддерживает примерно треть опрошенных журналистов.

Полученные данные заставляют задуматься о необходимости разработки редакционных программ, направленных на формирование установок толерантного сознания в российском обществе.