

7

РАЗДЕЛ

**Толерантность
и мультикультурализм –
ценностные
ориентиры СМИ**

1 Российские СМИ и идея толерантности

Предваряя изложение и анализ материалов некоторых исследований, посвященных изучению роли российских СМИ в формировании установок толерантности, следует сделать несколько замечаний.

Ни для кого не секрет, что в современном российском обществе, в котором еще не сложилась устойчивая система демократических ценностей, идея толерантности не стала общепринятой. Кроме того, в ситуации экономической, политической и социальной нестабильности появляется все больше оснований для конфликтов, они приобретают все более острую форму, особенно в моменты чрезвычайных ситуаций. Для России как трансформирующегося общества характерен значительный конфликтный потенциал, величина которого зависит от конкретно-исторических, социально-экономических, этноконфессиональных, политико-идеологических, культурно-цивилизационных условий того или иного региона¹. И хотя специалистам понятно, что в основе этих конфликтов лежат демографические, экономические, экологические, технологические, политические, а также социокультурные факторы, которые отражают различия в менталитете, культуре, религии, образовании, этике разных народов и цивилизаций, многие обвиняют российскую прессу в том, что эпидемия нетерпимости обрушилась на общество именно по вине журналистов. Иногда обвиняют всю прессу в целом, иногда — только негосударственную прессу.

Многие 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 кон-

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

курующих друг с другом “культурных сообществ”². 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 неразрешимыми³.

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 смещение всегда ведет к усреднению. По их мнению, если низкий уровень культурного развития мигрантов, несомненно, повышается, то высокий уровень культуры целевой страны мультикультурализма неизменно падает⁴.

Появляются статьи с примечательными названиями. Например «Мультикультурализм как иллюзия благополучия»⁵. Автор этого опуса Павел Житнюк, побывавший на российско-германском форуме «Новые демографические и миграционные вызовы для России и Европы. Общие проблемные точки России и Германии. Возможное российско-европейское сотрудничество по проблемам демографического кризиса», доказывает 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...»⁶.

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, апартеид⁷ — критики мультикультурализма избрали почему-то в качестве объекта нападков исключительно жесткий мультикультурализм, неосознанно (или сознательно?) не замечая существенных отличий между этой моделью выстраивания отношений в многокультур-

² Малахов В. Скромное обаяние расизма и другие статьи. — М., 2001. С. 41-42.

³ 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.

⁴ Мультикультурализм. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki>

⁵ Житнюк П. Мультикультурализм как иллюзия благополучия. URL: http://ethnocid.netda.ru/articles/051225rosbaltru_multicult.htm

⁶ Там же.

⁷ См.: Кукатас Ч. Теоретические основы мультикультурализма. URL: <http://www.inliberty.ru/library/study/327/>

ном 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, ризоматических⁸ культурных взаимодействий, характеризующих важнейший сдвиг в мировой культуре постсовременности. Несомненно, что в наиболее законченной форме он был сформулирован, оценен, институализирован и переведен в область массового потребления именно в США. При этом, по точному определению исследователей мультикультурной проблематики в сфере СМИ Э. Шохат и Р. Стема, мультикультурализм не является отрицанием европейской культуры, но выступает против европоцентризма как по-прежнему господствующей точки зрения, при которой мир делится на запад и все остальное, а язык и мышление организованы вокруг бинарных оппозиций, в которых имплицитно все европейское представлено как «наши» нации и «их» племена, «наши» религии и «их» предрассудки и поверья, «наша» культура и «их» фольклор, «наша» оборона и «их» терроризм⁹.

Мультикультурализм не сводим лишь к примитивной и агрессивной борьбе национальных и этнических меньшинств и прочих «иных» за свои права на репрезентацию. Это явление гораздо более сложное, противоречивое и охватывающее практически все стороны культурной динамики. Манифесты «афроцентристов» и взгляды поборников восстановления наследия «доколумбовой» Америки, выступления «чиканос» и пуэрто-риканский поэтический ренессанс в Нью-Йорке, усилия ниспровергателей канона национальной словесности и попытки гомосексуалистов выстроить свою собственную культурную традицию имеют столь же непосредственное отношение к мультикультурной проблематике, сколь и этнореклама магистранов «Бенеттон», этнотуризм, адаптированная для любителей гамбургеров мексиканская кухня или политика ведущих американских издательств и комитетов по присуждению крупных литературных премий¹⁰.

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

⁸ Ризома – постмодернистский термин, предложенный Ж. Делезом и Ф. Гаттари в книге с одноименным названием. Ризома буквально означает корневище, в котором отдельные ростки и корешки, волоски и побеги неразличимы и хаотически перепутаны, постоянно рождаются и погибают, где невозможно понять, какой из них главный, а какой второстепенный, в каких отношениях они находятся друг с другом, с окружающей средой и с главным «корнем». Понятие последнего постепенно теряет всякий смысл. Эта метафора используется для обозначения альтернативной структуры, не обладающей четко выраженным единым центральным стержнем или ядром. Она противопоставляется авторами общепринятой структуре и иерархической системе. Главное, что Делез и Гаттари подчеркивают поперечные, горизонтальные, а не вертикальные иерархические связи культуры корневища, мультипликацию в ней несистемных и неожиданных различий, которые не укладываются в прежние бинарные структуры систематических соответствий (См.: Deleuze G. Guattari F. Rhizome. P., 1976).

⁹ Stam R., Shohat E. Contested Histories: Eurocentrism, Multiculturalism, and the Media // Multiculturalism. A Critical Reader. Ed. By D.T. Goldberg, Oxford & Cambridge, Blackwell, 1995. P. 297.

¹⁰ См.: Тлостанова М. Западные СМИ и мифология толерантности. URL: <http://www.tolerance.ru/review-expert/tlostanova.html>

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 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 информацией на публичность», а значительно более архаический 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 СМИ¹¹.

Понятно, что внутри этой системы всегда были элементы ее отрицания. Всегда были журналисты, борющиеся 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.

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.

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

Обвинения журналистов в агрессивности и в том, что их агрессия усиливает конфликтность в обществе, нередко вызывают недоуменные возражения с их стороны. Особенно у тех, кто в своих материалах фактами и суждениями не возбуждает враждебности по отношению к людям и событиям, не провоцирует конфликта между богатыми и бедными, гражданскими и военными, верующими и атеистами и так далее. Однако дело здесь не только в том, о чем и что пишут журналисты, но и в том, как они это делают, какие выбирают слова или какие используют предложения. Именно здесь журналист может повести себя как личность агрессивная, конфликтная, иногда этого не желая. Поэтому, говоря о толерантности/интолерантности в текстах СМИ, надо иметь в виду, что, с одной стороны, это явление связано с реальными ситуациями, событиями и предметами, а с другой — что это проблема способа выражения.

Обобщение материалов исследований, проводившихся в Независимом институте коммуникативистики в течение 2002-2006 годов и в Высшей школе экономики в 2006-2011 годах¹², позволяет сделать несколько выводов о том,

¹¹ 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.

¹² «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.).

какова на самом деле роль СМИ в формировании толерантных/интолерантных отношений в России.

Несколько слов о методике

СМИ как ресурс формирования толерантных отношений активно исследовались все последние годы¹³. И все эти годы продолжается дискуссия о методологии и методиках исследования. И первый вопрос, который постоянно возникает перед исследователями: в какой мере принятое среди исследователей строго научное понимание термина «толерантность» совместимо с теми смыслами, которые придают этому слову журналисты? Если такой совместимости не добиться, все выводы и рекомендации ученых практиками будут отвергнуты. Что часто и происходит.

Для исследователей толерантность есть «промежуточная, неустойчивая и кратковременная фаза в движении от конфликта к сотрудничеству и взаимодействию»¹⁴. А некоторые московские студенты-журналисты считают, что «толерантность – это терпимость». При этом на вопрос «Что такое терпимость?» ответили: «Это способность и готовность терпеть боль». Можно легко представить, о чем и как будет писать такой журналист, какие факты будут для него значимыми и какой будет реакция читателей, которым предложат «терпеть боль». Приходится 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.

Кроме того, обычная практика выделения слов и выражений, традиционно маркируемых в качестве интолерантных – «лица кавказской национальности», «лица ближневосточной внешности», «лица азиатской национальности» (то, что обозначается понятием «Hate Speech», не совсем удачно переведенным на русский как «язык вражды»), – игнорирует различные моменты, важные для понимания деятельности СМИ как инструмента формирования толерантных установок.

Вот простые примеры. Допустимы ли такие наименования в текстах СМИ – «богатенькие янки», «назойливые китайцы», «зашуганный кавказец», «отчаянная поляка», «совсем несдержанный дагестанец», «ловкие пакистанцы»?

¹³ Диагностика толерантности в средствах массовой информации / Под ред. В.К. Мальковой. – М., 2002; Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. – М., 2002; Муравьева Н.В. Язык конфликта. – М., 2002. Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. – Екатеринбург, 1997.

¹⁴ Перцев А.В. Ментальная толерантность // Вестник Уральского межрегионального института общественных отношений. Толерантность. 2002. № 1.

Или: «кремлевские сборища», «пораженные в культурных правах провинциаль»?

Или фраза: «Брюссель — наверно, один из самых скучных городов Европы. По всем параметрам — не столица континента, а глухая ее провинция...».

Еще примеры: «В чем заключается мечта современного банкира? Присосаться к бюджету»; «Многие хорошие артисты становятся бизнесменами и продают душу Мефистофелю»; «В народе говорят: “Москва обворовала Россию, поэтому она и красивая”».

Вот примеры суждений, присутствующих на страницах российских СМИ: «российская культурная элита — сытая и бессовестная»; «деятели культуры щедро награждают сами себя и щедро награждаются властью за то, что успешно отвлекают массы от вопросов “кто виноват?” и “что делать?”»; «молодежь не идет на стройки, а тем только и занята, что просиживает штаны возле подъездов собственных домов, в лучшем случае находит себя в компьютерном салоне»; «вынужденные “переселенцы” занимаются наркобизнесом, ведут противозаконную коммерческую деятельность — втягивают в криминальные процессы местную окологородскую среду и коррумпированных чиновников».

Все эти примеры наводят на мысль 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 два метода:

1) 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;

2) интен-анализ — метод выявления и объективирования неявных форм словесных воздействий, где единицей наблюдения является высказывание, отражающее отношения толерантности/интолерантности.

Термином «интенция» в психологии обозначается субъективная направленность на некий объект, активность сознания субъекта. Для интенций характерна двусоставная структура, выражение каждой интенции предполагает обозначение ее объекта и отношения к нему говорящего либо пишущего субъекта¹⁵. Так, фраза «Временным тоже является и засилье евреев в идеологических сферах»¹⁶ в качестве объекта выделяет национальность — евреев, и выражает свое негативное отношение к ним и их присутствию в сфере идеологии. Объектом высказывания может быть любой объект мира. Специфичным является то, какие объекты выбираются и какое отношение к ним высказывается. Другая особенность интенций состоит в том, что формы их выражения очень разнообразны, нестандартны и могут быть как прямыми, открытыми, так и косвенными, неявными. Например, фраза «Здесь, видно, оперились [казахи] — табличка на прилавке: «Снимем однокомнатную квартиру». Какая польза от них городу? Да никакой. А вот если бы они мели улицы...» содержит косвенную интенцию. Совершенно очевидно, что автор текста вовсе не заботится о чистоте улиц, а выражает свое негативное отношение к объекту — казахам, которые хорошо устроились на новом месте («оперились») и работают в выгодной сфере («табличка на прилавке»), а не метут улицы, как этого хотелось бы автору.

При анализе в текстах выделялись как интолерантное отношение к объектам, так и толерантное. В данном случае учитывалось, что явление толерантности/ин-

¹⁵ Слово в действии. Интен-анализ политического дискурса / Под. ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. — СПб.: Алтейя, 2000.

¹⁶ Здесь и далее приведены цитаты из проанализированных изданий.

телерантности 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 общедоступных изданий, выходящих в Москве, и местных изданий, выходящих в регионах России. 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.

Анализ сплошного массива текстов СМИ за определенный промежуток времени, без предварительного отбора текстов, содержащих внешние признаки интолерантности, позволяет избежать опасности субъективной оценки текстов кодировщиком: в каждом отдельном случае оценивается отдельный конкретный текст, выявляются содержащиеся в нем утверждения с признаками толерантности/интолерантности по отношению к конкретному объекту, описываемому в тексте.

Кто такие «чужие»?

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

Отчетливо выраженные интолерантные высказывания содержатся примерно в 40% текстов, публикуемых в федеральных и региональных СМИ. Причем эта величина колеблется очень незначительно. Основным носителем интолерантных суждений в федеральных СМИ является политическая тематика, в региональных — экономическая.

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 приведенные ниже категории.

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

Представители различных народов. Преимущественно положительного отношения СМИ заслужили итальянцы, французы, русские, немцы, шведы; преиму-

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

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

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

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

Затем идут различные **религиозные конфессии**. Конфессиональный аспект толерантности проявлялся в том, что практически все СМИ, попавшие в выборку, однозначно демонстрировали положительное отношение к православию и в той или иной мере негативное — ко всем остальным конфессиям. По-прежнему много негативных публикаций об исламе. Практически ничего не пишут о католицизме, кроме информирования о мероприятиях, в которых главным действующим лицом является Папа Римский. По поводу других вероучений говорится о необходимости *«православным мечом... дать отпор агрессивным иеговистам, назойливым мормонам... — всем настойчивым пропагандистам “западных ценностей”»*.

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

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

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

Анализ показал, что **степень враждебности, проявляемой СМИ по отношению к различным «чужим», определяется, прежде всего, приписываемой этим «чужим» агрессивностью**. Интолерантными признаются объекты, несущие в себе какую-либо опасность, 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**. Выполненный анализ позволил выделить три основных парадигмы: **социального неприятия, социального выживания, социального успеха**. Сразу следует отметить, что большинство региональных изданий придерживаются первых двух парадигм, а третья парадигма наиболее распространена в общенациональных изданиях.

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

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

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

Журналистские способы дискриминации «чужих»

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

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.

Гипотеза полностью подтвердилась. 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 предлагается¹⁷.

3 Использование медиасообществом «языка вражды» и диалогического подхода к профессиональной деятельности

Признаки «языка вражды»

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. Такое использование оценочных средств в газетном материале таит опасность, часто не осознаваемую журналистами, – это опасность «эмоционального шока» у читателя: нарушается баланс эмоциональной (оценочной) вовлеченности журналиста и читателя, избыточная, обычно немотивированная оценочность «отталкивает» читателя от текста (кстати, «эмоциональный шок» у читателя бывает и в текстах с положительной оценочностью). Вообще, в последние годы в текстах СМИ мы все чаще встречаем так называемый «стеб» – «ернически-агрессивное, отчасти парадоксальное поведение, мышление, общение, отношение к чему-либо, соответствующий стиль в литературе, живописи, кино»¹⁸. 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. Например, в текстах, посвя-

¹⁷ 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».

¹⁸ Солганик Г.Я. Современная публицистическая картина мира // Публицистика и информация в современном обществе. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000; Солганик Г.Я. Стилистический словарь публицистики. – М.: Русские словари, 1999; Юганов И., Юганова Ф. Русский жаргон 60-90-х гг. Опыт словаря. – М.: Метатекст, 1997.

щенных 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.

Еще меньше в анализировавшихся 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 массовое сознание читающей публики. Создается «слошной дискурс, который подавляет личность и формирует тоталитарный тип сознания»¹⁹.

К аналогичным выводам пришли и авторы книги «Язык мой...»²⁰. Как показали исследования «языка вражды», СМИ активно влияют на формирование у населения эмоции «отвращения – возмущения». Видимо, журналисты, оперирующие соответствующим лексическим инструментом, плохо представляют себе (а может, наоборот – хорошо!) механизм реализации этой эмоции. Когда что-либо вызывает наше отвращение, мы стремимся устранить этот объект или изменить его таким образом, чтобы он перестал быть отвратительным. Поэтому когда в газетах регулярно встречаются прямые или косвенные утверждения о неполноценности (недостаток культурности, интеллектуальных способностей, склонность к пьянству, лень и пр.) какой-либо этнической или религиозной группы, утверждение ее особой криминальности, моральных недостатков, особого негативного влияния на государственное или региональное управление, непропорциональной представленности в органах управления, бизнесе, прессе и т.д., следует ожидать определенных социальных реакций. Отвращение может быть направлено на идею или на личность, а сопряженное с гневом, может быть очень опасным, поскольку гнев способен вызвать «нападение», а отвращение – желание отделаться от объекта, вызвавшего этот комплекс переживаний.

Следующий компонент триады вражды – «презрение – неуважение». Как он возникает? В основе лежит психологическая готовность индивида или группы к встрече с опасным соперником. Описываемые СМИ ситуации, вызывающие презрение, – те, в которых читателю необходимо чувствовать себя сильнее, умнее, культурнее, лучше в каком-то отношении, чем презираемое лицо. Почву, питаю-

¹⁹ 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.

²⁰ См.: Язык мой... Проблемы этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М., 2002.

щую презрение, создают и материалы, вызывающие зависть, ревность, соперничество. Психологи отмечают, что когда презрение обращено на других людей (или на себя), трудно обнаружить в этой эмоции что-либо положительное или адаптивное. Презрение – основная эмоция во всех видах предрассудков, включая расовые, при этом наиболее холодная, побуждающая к агрессии. Из-за этих характеристик презрение может стать мотивом убийства и массового уничтожения людей²¹.

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

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

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

Монологизм, антидиалогичность СМИ как фактор интолерантности

Большинство исследователей исходят из того, что толерантность СМИ состоит, прежде всего, в обеспечении пространства для общественной дискуссии по актуальным темам, пространства для диалога, жизненно необходимого в обществе различия. СМИ должны формировать пространство для высказывания различных позиций, вовлекать в процесс 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 изданиями²². 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 дискуссии, а эскалацию конфликта.

Речевая агрессия в текстах СМИ может состоять и в нежелании (или неумении) журналиста создавать общее языковое пространство участников общения.

²¹ Изард К. Эмоции человека. – М., 1980.

²² Эта позиция, в частности, проверялась в ходе опроса российских журналистов, данные которого приведены ниже.

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

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

Причем здесь оценивается не только «чужая» точка зрения, но и возможный носитель этой точки зрения, оцениваются реальные люди – потенциальные собеседники журналиста. Потому что журналисты используют такие способы наименования своих собеседников и их действий²³, которые снижают их авторитет как источника информации, резко уменьшают их право «влиять» на кого бы то ни было. Особенно опасна ситуация, когда читатель включает себя в тот же круг отрицательно оцениваемых лиц.

Отношение массовой аудитории к деятельности СМИ по формированию установок толерантности

4

Массовая аудитория: основные особенности восприятия информации

Адресатом средств массовой информации является, прежде всего, так называемая массовая аудитория. Главным отличием массовой аудитории от других типов социальных объединений является присущее ей массовое сознание. Один из первых исследователей феномена массового сознания XX века Г. Лебон утверждал, что современная эпоха представляет собой один из таких критических моментов, когда человеческая мысль готовится к изменению. В основе этих изменений лежат два главных фактора. Первый – это разрушение религиозных, политических и социальных верований, давших начало всем элементам старой цивилизации; второй – это возникновение новых условий существования области наук и промышленности²⁴.

²³ 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.

²⁴ См.: Лебон Г. Психология толп. – М., 1998. С. 125.

Изучением масс и присущего им сознания на протяжении конца XIX и всего XX века, кроме Г. Лебона, занимались многие мыслители: Х. Ортега-и-Гассет, Г. Тард, С. Сигеле, З. Фрейд, К. Ясперс, С. Московичи, В. Райх, Э. Фромм, Э. Канетти и др. Они выявили и описали феномен массы, а также определили сходные с ним явления – толпы (физического, сплоченного, активного множества индивидов, действующего преимущественно негативно) и публики (более духовного, рассеянного, цивилизованного толерантного целого).

Х. Ортега-и-Гассет, пытаясь дать философское осмысление проблеме возникновения массового сознания, отмечал: «Массы внезапно стали видны... Они существовали и раньше, но оставались незаметными, занимая задний план социальной сцены: теперь они вышли на авансцену, к самой рампе, на места действующих лиц»²⁵. Испанский философ оценивал «массу» как множество человеческих существ без особых достоинств, как сообщество средних заурядных людей, каждый из которых не ощущает в себе никакого дара или отличия от всех, каждый из которых чувствует, что он «точь-в-точь как все остальные, и притом несколько этим не огорчен, наоборот, счастлив себя чувствовать таким же, как все»²⁶.

Есть и другие интерпретации понятия «массы»: в одних случаях под ней понимается «недифференцированное множество», гетерогенная аудитория средств массовой коммуникации, противостоящая относительно гомогенным сегментам общества (Блумер)²⁷; в других – «механизированное общество», в котором человек является придатком машины, дегуманизированным элементом технологии (Ф.Г. Юнгер)²⁸; в третьих – «бюрократическое общество», отличающееся широко расчлененной организацией, в которой принятие решений допускается исключительно на высших этажах иерархии (Г. Зиммель, М. Вебер, К. Манхейм)²⁹; в четвертых – «толпа», общество, характеризующееся отсутствием различий, однообразием, бесцельностью, отчуждением, недостатком интеграции (Х. Арендт)³⁰. Следует признать, что ни одна из приведенных точек зрения, равно как и ряд других, не является общепризнанной.

Не существует единства и в отношении оценки массового сознания. Так, Ф. Ницше в XIX веке выступил одним из первых критиков «омассовления» общества, которое выражается в том, что в нем начинает брать верх посредственность. Напротив, Р. Гвардини утверждал, что слово «масса» не несет категорично отрицательной оценки – это просто человеческая структура, связанная с техникой и планированием. Конечно, ее отрицательные свойства проявляются тогда, когда общество, не имея или теряя традиции, вынуждено пробивать себе дорогу наперекор устаревшим устоям. Но, по существу, масса в своей бесформенности и потенци образует определенную историческую возможность. Гвардини писал, что масса не может привести к разрешению «экзистенциальных проблем и не превратит землю в рай; но она – носитель будущего, во всяком случае, ближайшего будущего, пока его не сменит более отдаленное»³¹.

²⁵ Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 3. С. 120.

²⁶ Там же. С. 121.

²⁷ См.: Блумер Г. Социальные проблемы как коллективное поведение // Контексты современности-II: Актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории: Хрестоматия. – Казань: Изд-во Каз. ун-та, 2001. С. 150-151; Blumer, G. Social Problems as Collective Biheviour, in Social Problems, vol. 18, 1971, pp. 298-306.

²⁸ См.: Юнгер Ф.Г. Совершенство техники. Машина и собственность. Ф.Г. Юнгер. – СПб.: Владимир Даль, 2002.

²⁹ См.: Вебер М. Избранное. Образ общества. – М.: Юрист, 1994; Зиммель Г. Избранное. Том 2. Созерцание жизни. – М.: Юрист, 1996; Манхейм К. Диагноз нашего времени. – М.: Юрист, 1994.

³⁰ Арендт Х. Массы и тоталитаризм // Вопросы социологии. – 1992. Т. 1. С. 24-31.

³¹ Гвардини Р. Конец философии нового времени // Феномен человека: Антология. – М., 1993. С. 267.

Г. Маркузе в книге «Одномерный человек» показал, что современное массовое общество лишает все критические идеи оппозиционности специально, чтобы встраивать их в свое функционирование. Современная цивилизация уже не подавляет влечения и потребности большинства, но формирует и навязывает стандартные «ложные потребности», модели «одномерного» мышления и поведения³².

Определяя сущностные особенности массового сознания, исследователи прежде всего отмечают *возможность объединения массы на основе эмоционального присоединения к общей вере или цели*. Так, Г. Тард указывал на то, что люди, идущие по улице каждый по своим делам, могут образовывать очень тесное скопище, но это будет только простая сутолока до того момента, когда общая цель не взволнует их. Как только новое зрелище привлечет их взгляды или появится какая-нибудь непредвиденная опасность, они начнут рефлекторно соединяться³³.

Другая особенность — *совместное восприятие, уяснение и признание информации, получаемой массой*. Г.Г. Дилингенский указывал, что в массовом сознании существуют знания, представления, нормы, ценности, которые обычно разделяются той или иной социальной группой, они вырабатываются в процессе общения и совместного восприятия информации. Поэтому массовое сознание отличается, во-первых, социальной типичностью всех образующих его компонентов, во-вторых, эти компоненты признаны и санкционированы общностью³⁴.

Третья особенность состоит в *активном воздействии массового (общественного) мнения на все социальные процессы*. Б.А. Грушин полагает, что в «замкнутых» общностях (родовых, этнических, «цеховых», профессиональных и т.п.) общественное мнение превращается в постоянно действующий и важный элемент. Оно начинает выступать в качестве относительно самостоятельного агента, активно участвующего в социальной жизни, и влияет на принятие ответственных решений практически на всех уровнях социального управления³⁵.

Еще одна сущностная черта массового сознания заключается в *управляемости с помощью возможностей масс-медиа*, а также порождаемых ими форм массовой культуры и стандартов духовной жизни.

Таким образом, опираясь на труды исследователей массового сознания, следует указать на такие его характерные особенности: *примитивизация, иррационализм, повышенная эмоциональность, легковерность, внушаемость*.

Важной особенностью массового сознания в настоящий период является разочарование в идеалах науки и обращение огромных масс к внеученому познанию и даже мистическому осмыслению социальных процессов.

Вышеперечисленные особенности массового сознания делают возможным активное манипулятивное воздействие на него со стороны различных социальных акторов. Еще Г. Тард отмечал, что толпу, эту аморфную группу, с виду зарождающуюся самопроизвольно, в действительности всегда порождает какое-нибудь социальное тело, некоторые члены которого служат ей ферментом и дают ей свою окраску³⁶.

По словам американского исследователя Г. Шиллера, СМИ создают, обрабатывают, ловко оперируют и полностью контролируют распространение информации, которая определяет наши представления, установки, а в конечном счете и наше поведение. Намеренно фабрикуя сообщения, искажающие реальную

³² См.: Маркузе Г. Одномерный человек. — М., 1994.

³³ См.: Тард Г. Мнение и толпа // Лебон Г., Тард Г. Психология толп. — М., 1999. С. 115.

³⁴ См.: Дилингенский Г.Г. Марксизм и проблемы массового сознания // Вопросы философии. 1983. № 11. С. 14.

³⁵ См.: Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. — М., 1987. С. 163.

³⁶ См.: Тард Г. Мнение и толпа // Лебон Г., Тард Г. Психология толп. — М., 1999. С. 118.

социальную действительность, они превращаются в манипуляторов сознанием. Сообщения, целенаправленно создающие искаженное представление о действительности и формирующие сознание, не позволяющие осмыслить или умышленно отвергающие реальные условия личной или общественной жизни, по сути своей являются подтасованными³⁷.

Главным объектом манипуляции является формирование общественного мнения. Сформированные соответствующим образом установки в массах способны в итоге изменить жизнь человека, то есть изменить, если потребуется, способ существования, изменив, в том числе, и социальный уклад населения, общественный строй. «Сила привычки миллионов и десятков миллионов – самая страшная сила», – писал В.И. Ленин в своей работе «Детская болезнь «левизны» в коммунизме»³⁸.

Это значит, что самым эффективным способом воздействия на массовое сознание оказывается неустанное повторение одних и тех же утверждений с целью выработать привычку к ним, чтобы их стали принимать не разумом, а «на веру».

Ж. Бодрийяр также отмечал, что существует скрытый и нерепрессивный характер управления человеком массы. Общество мягко уговаривает индивида, создавая иллюзию, что оно само приспосабливается к нему и предупреждает его желания; на самом же деле оно эти желания формирует. «Смотрите: целое общество занято тем, что приспосабливается к вам и вашим желаниям. Следовательно, и для вас разумно было бы интегрироваться в это общество... Но эта взаимность, конечно, с подвохом: к вам приспосабливается чисто воображаемая инстанция, вы же взамен приспосабливаетесь ко вполне реальному социальному строю»³⁹.

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 репрессий⁴⁰. Полезно заметить, что «принудительная толерантность» может иметь и легитимный характер, т.е. основываться на соответствующих законодательных актах. Таковую культу-

³⁷ См.: Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М., 1980. С. 19.

³⁸ Ленин В.И. Детская болезнь «левизны» в коммунизме // Полн. собр. соч.: В 54 т. – М., 1981. Т. 41. С. 27.

³⁹ Бодрийяр Ж. Система вещей. – М., 1995. С. 145-146.

⁴⁰ Как выясняется, «принудительная толерантность» – не предел фантазии. Во вполне респектабельном прокремлевском «Русском журнале» появилась уже концепция принудительной свободы (каковую должны насаждать на Руси ветераны МВД, ФСБ и прокуратуры). См.: URL: <http://www.russ.ru/culture/20041014.html>

ру и рефлекс толерантности означенным путем можно сформировать даже легче, чем через посредство 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 работать⁴¹.

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 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.

Исследования свидетельствуют: массовое сознание в основном интолерантно

Опросы населения, проводившиеся в течение нескольких лет Независимым институтом коммуникативистики и Высшей школой экономики⁴², показывают, что основной эмоцией, которую испытывает большинство опрошенных, сталкивающихся с другими людьми, ведущими 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.

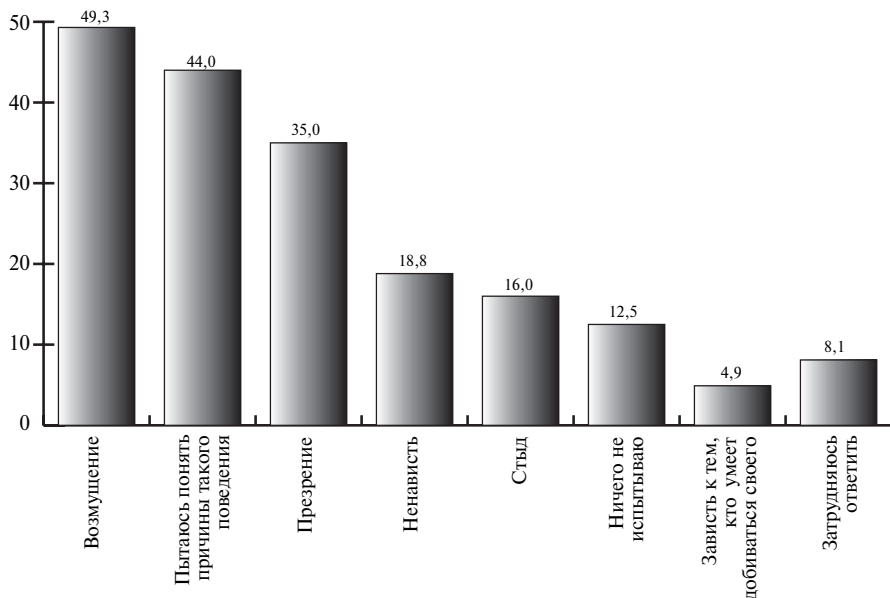
Спокойно относятся к таким формам поведения 12,5% опрошенных, и 4,9% завидуют. Еще 8% затруднились с ответом или предложили другой ответ (боль, грусть, жалость, нежелание лезть на рожон, смущение, уважение, удивление). Таким образом, можно предположить, что большинство опрошенных готовы реагировать на проявления интолерантности по принципу «око за око» (рис. 7.1)⁴³.

⁴¹ 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.

⁴² См.: отчеты об этих исследованиях в кн.: 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.

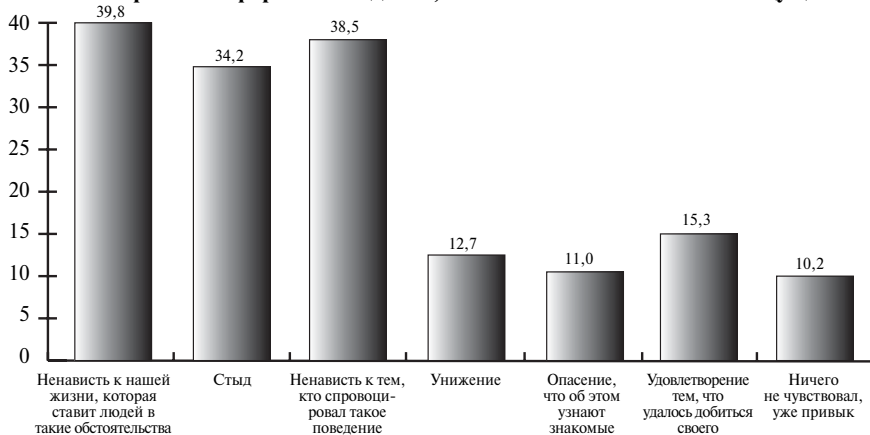
⁴³ Здесь и далее все данные приведены в процентах к числу опрошенных. Если сумма превышает 100%, значит, вопрос предполагал возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Рисунок 7.1.
Отношение к агрессивным людям



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 (рис. 7.2).

Рисунок 7.2.
Распределение ответов на вопрос «Если Вам приходилось прибегать к интолерантным формам поведения, то как бы Вы описали свои ощущения?»

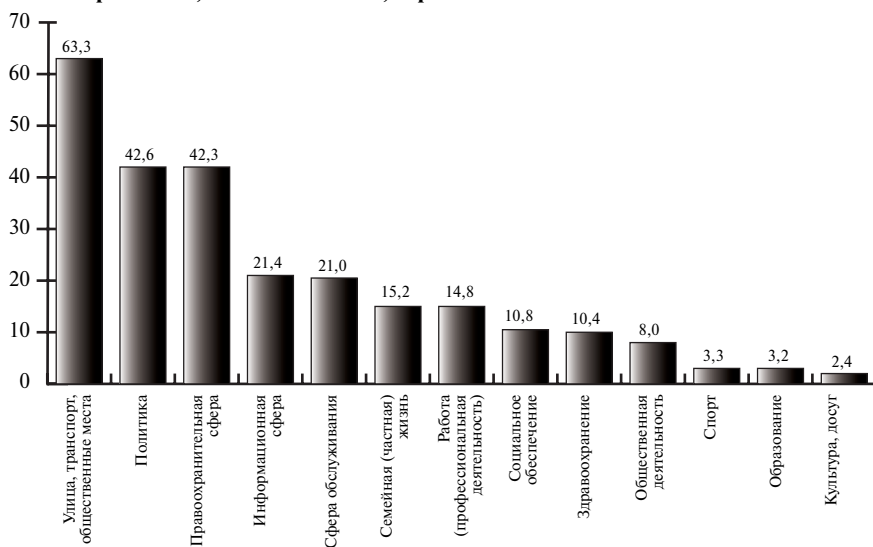


Таким образом, можно констатировать, что в подавляющем количестве случаев наши соотечественники, попадающие в ситуацию вынужденной интолерантности, испытывают по отношению к себе или виновникам этой ситуации негативные эмоции. Однакостораживает и довольной большой процент людей, которые относятся к себе 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 (рис. 7.3).

Рисунок 7.3.

Сферы жизни, в которых наиболее очевидно проявляются нетерпимость, ожесточенность, агрессивность

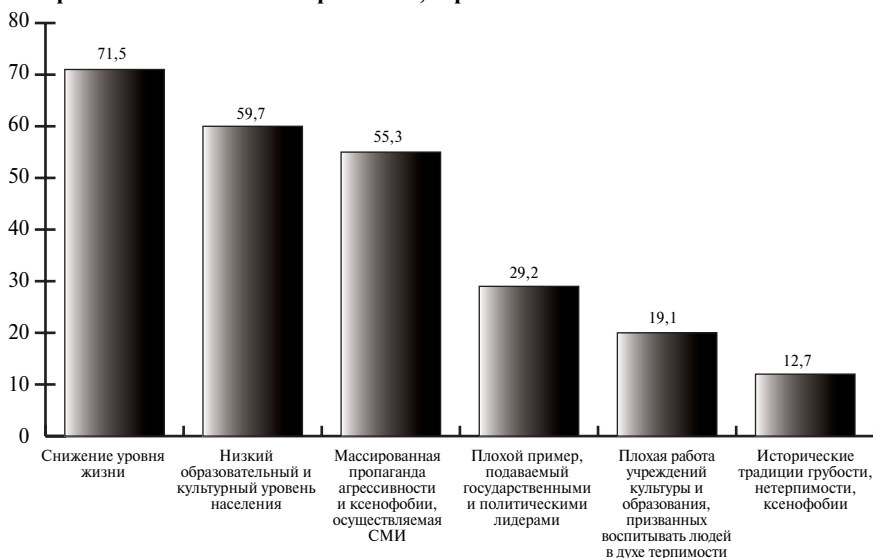


Отвечая на вопрос, как можно объяснить причины зафиксированного большинством опрошенных повышения в последние годы нетерпимости, агрессивности во взаимоотношениях между людьми и во всех сферах общественной жизни, участники опроса на первое место поставили низкий уровень жизни (71,5%); следующая группа причин включает в себя низкий образовательный и культурный уровень населения (59,7%); затем идет ссылка на массированную 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 (рис. 7.4).

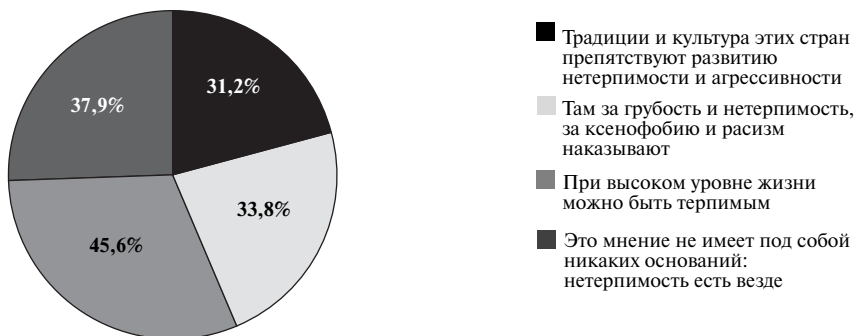
Среди других причин назывались влияние криминальной субкультуры, интеграция в западное общество, отсутствие духовности, плохая работа правоохранительных органов, слабость власти.

Рисунок 7.4.
Причины повышения нетерпимости, агрессивности в России



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 (рис. 7.5).

Рисунок 7.5.
Причины мнения, что в некоторых странах Запада уровень терпимости и уважительного отношения к другим людям выше, чем в России



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%) уверено 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.

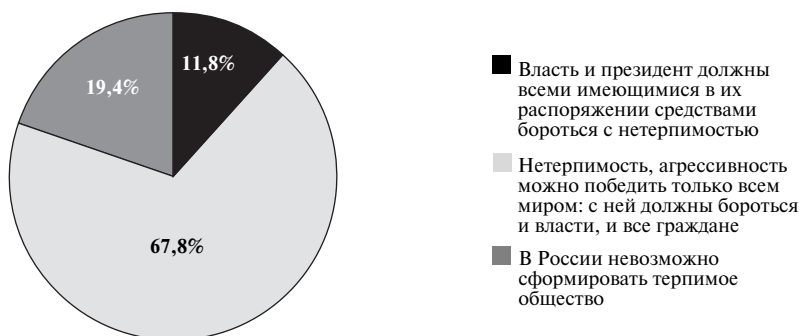
Из общественных организаций опрошенные позитивно отметили экологические и правозащитные организации.

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.

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 (рис. 7.6).

Рисунок 7.6.

Мнения по поводу возможности формирования в России общества, в котором бы уважалось право «быть другим»



К сказанному следует добавить, что в июне 2011 года сотрудники Института социологии РАН обнародовали результаты 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.

Рост агрессивности социологи обнаружили у всех россиян. На прямо поставленный вопрос о желании «перестрелять всех, из-за кого жизнь в стране такова, какова она есть» наличие этого желания подтвердили 34% (в 1995 году таких было 24%, в 2008 – 16%). Количество тех, кому стрелять ни в кого не хотелось никогда, снизилось с 54% в 2001 году до 28% в 2011 году. При этом 45% русских считают, что насилие допустимо, если нарушена справедливость в отношении их народа и веры (у нерусских таких 36%).

Русские показывают небывало высокий уровень солидарности и мобилизации. 82% русских никогда не забывают о своей национальности. В общей сложности 88% русских идентифицируют себя со своим этносом, 81% – с людьми такого же вероисповедания. При этом 53% русских и 57% нерусских россиян ни в коей мере не считают себя европейцами.

15% русских считают, что «Россия должна быть государством русских людей». Еще 31% уверены, что у русских должно быть больше прав, поскольку у них и больше обязанностей. При этом 9% представителей национальных меньшинств соглашаются с тезисом о «государстве русских людей» и еще 13% одобряют предпочтения для русских. 65% русских поддерживают идею права выхода из состава страны для тех народов, которые не хотят мирно жить вместе⁴⁴.

Отношение к СМИ как источнику информации о проблемах толерантности

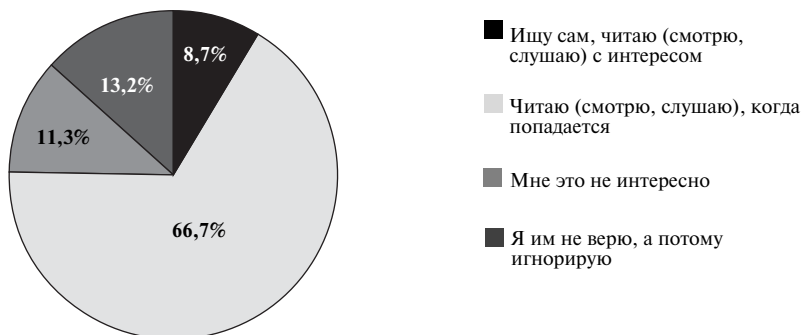
Большинство опрошенных (почти 75%) считают проблемы борьбы с нетерпимостью, агрессивностью, экстремизмом важными и актуальными для освещения в российских СМИ. Сознательных противников такой точки зрения немного – чуть более 6%. Остальные затрудняются ответить на этот вопрос.

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 (рис. 7.7). 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.

⁴⁴ Сухов И. Боевая готовность. URL: http://mn.ru/newspaper_country/20110623/302724641.html

Рисунок 7.7.

Отношение к публикациям, теле- и радиопередачам, в которых говорится о необходимости бороться с грубостью, агрессивностью, нетерпимостью

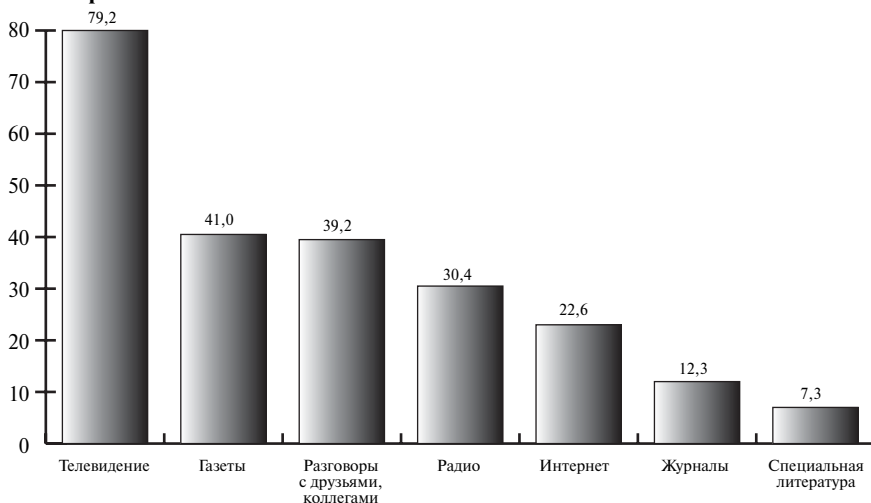


В ходе исследования была получена информация о том, по каким медийным каналам опрошенные получают информацию о проблемах толерантности/интолерантности. Как и следовало ожидать, это, прежде всего, телевидение (почти 80% опрошенных), затем газеты (более 40%), разговоры с друзьями и коллегами (чуть менее 40%) и радио (30%). Журналы и специальная литература занимают в общем спектре информационных каналов весьма незначительное место (рис. 7.8). 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%).

391

Рисунок 7.8.

Каналы получения информации о борьбе с агрессивностью, нетерпимостью

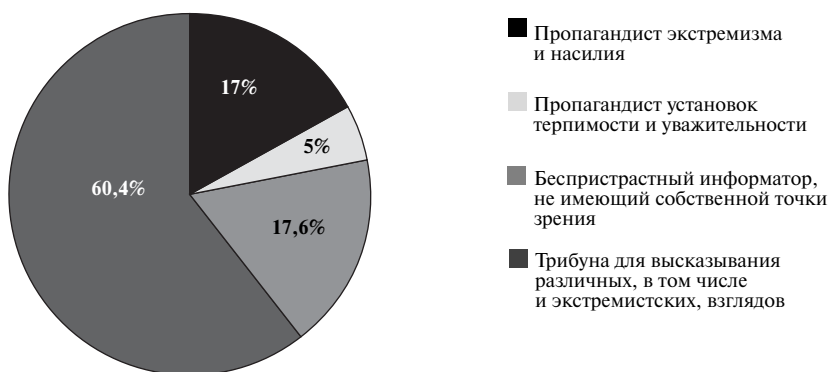


Соответствующий рост аудитории Интернета отмечен и в одном из последних опросов, проведенных ВЦИОМ⁴⁵. По их данным, ежедневно Интернетом пользуются 23% опрошенных (15% в 2009 г., 11% в 2008 г., 5% в 2006 г.), а имеют выход в Интернет 38% россиян. При этом 49% тех, кто пользуется Интернетом, этот канал нужен для получения необходимой информации, расширения кругозора; примерно столько же — для того, чтобы следить за новостями, событиями в мире и стране; 39% Интернет нужен для общения с другими пользователями; 28% — для поиска друзей, людей, близких по интересам. Таким образом, можно констатировать, что количество интернет-пользователей в нашей стране неуклонно растет, причем, что естественно, основной прирост происходит за счет молодых людей и людей активного трудового возраста. Кроме того, основные причины, побуждающие людей входить в Сеть, — поиск информации и возможности общения. Эта тенденция не может не учитываться при организации и наполнении каналов коммуникации адекватной, качественной информацией по проблеме толерантности/интолерантности: необходимо использовать не только традиционные СМИ, но и те диалогические возможности, которые предоставляют, например, социальные сети.

Оценивая роль российской прессы с точки зрения формирования установок толерантности и профилактики экстремизма в российском обществе (рис. 7.9), 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.

Рисунок 7.9.

Роль российской прессы с точки зрения формирования установок толерантности и профилактики экстремизма в российском обществе



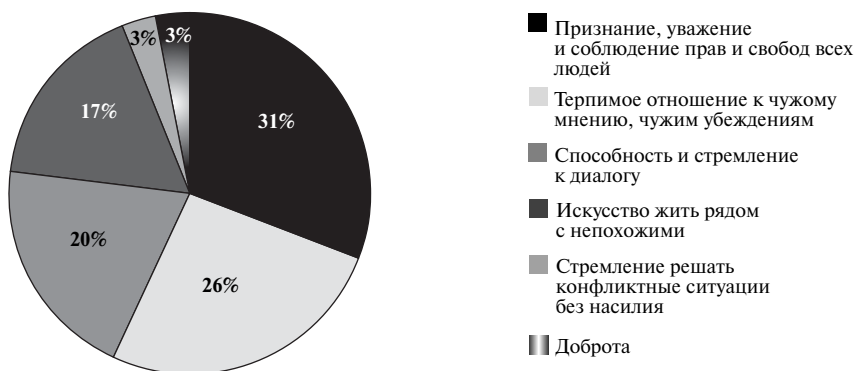
⁴⁵ Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведен 27–28 марта 2010 г. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 областях, краях и республиках России. URL: <http://www.web2win.ru/inetrussia>

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

В целом журналисты готовы быть проводниками толерантности, но что-то им мешает...

В рамках проведенных исследований удалось получить информацию о том, как региональные журналисты понимают саму категорию «толерантность». Выяснилось, что подавляющее большинство опрошенных вкладывает в эту категорию смысл, зафиксированный в официальных документах ООН, а именно как признание, уважение и соблюдение прав и свобод всех людей без различия социальных, классовых, религиозных, этнических и иных особенностей. С этой формулировкой согласны более 60% участников опроса. Половина опрошенных журналистов согласна с формулировкой, в соответствии с которой толерантность — это терпимое отношение к чужому мнению, чужим убеждениям. Около 40% опрошенных представителей СМИ полагают, что толерантность — это способность и стремление к диалогу. Остальные формулировки набрали незначительное количество сторонников (рис. 7.10).

Рисунок 7.10.
Толкования понятия «толерантность»

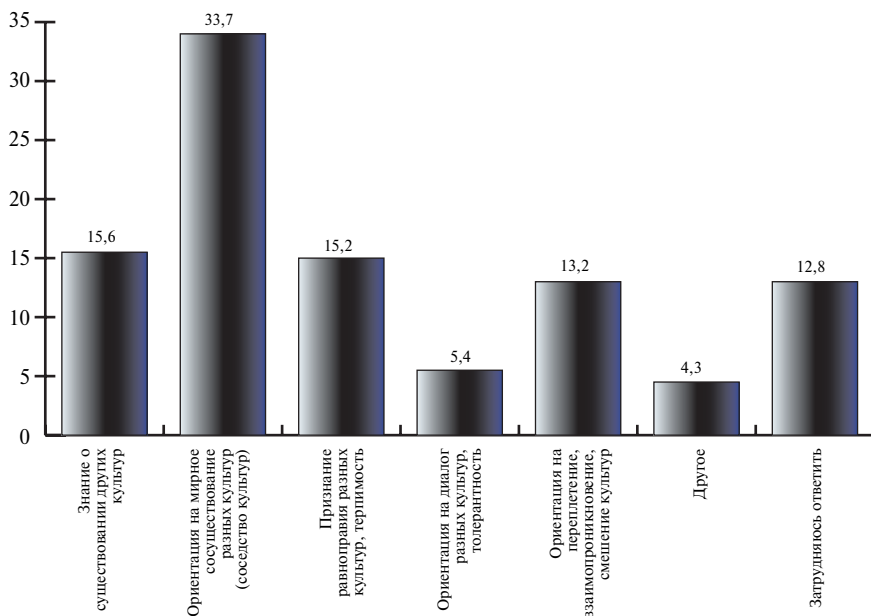


Что касается понятия «мультикультурализм», то обработка высказанных опрошенными суждений позволила выделить приведенные на рис. 7.11 группы толкований. Анализ приведенных данных свидетельствует о том, что большая часть журналистов, имеющих представление о категории «мультикультурализм», видит

в этом понятии, прежде всего, ориентацию на мирное сосуществование разных культур (соседство культур) и лишь затем – признание равноправия разных культур, терпимость по отношению к иным культурам или ориентацию на переплетение, взаимопроникновение, смешение культур.

Рисунок 7.11.

Количество суждений, высказанных опрошенными, совпадающих с перечисленными толкованиями понятия «мультикультурализм»

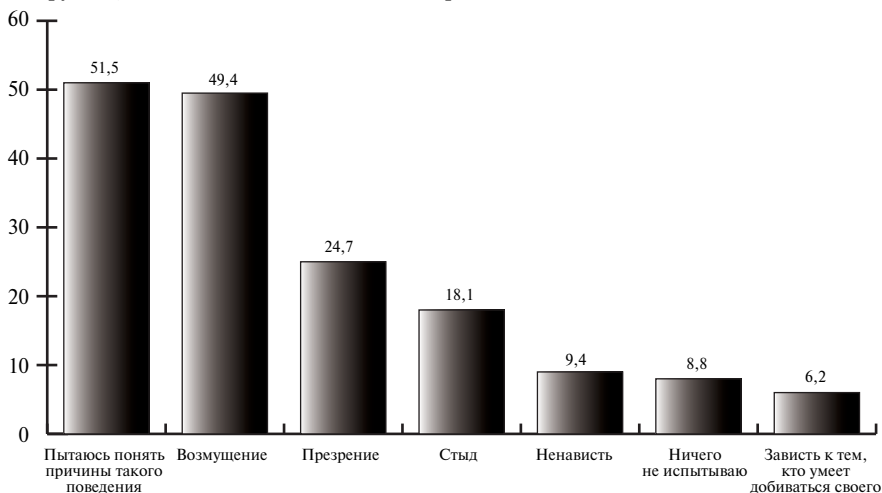


Подавляющее большинство опрошенных журналистов (86,5%) согласны с утверждением, что существуют такие явления, процессы, факты, люди, по отношению к которым нельзя быть толерантным. В списке таких явлений, процессов, людей первые позиции занимает, как и у населения, все, что связано с насилием: терроризм и экстремизм, наркобизнес и наркомания, фашизм, преступность, бандитизм и т.д. Что отличает список, предложенный журналистами, от списка сформированного представителями населения, – это значительно более высокий вес 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, стыдится нетерпимых индивидов 18% журналистов (рис. 7.12).

Рисунок 7.12.

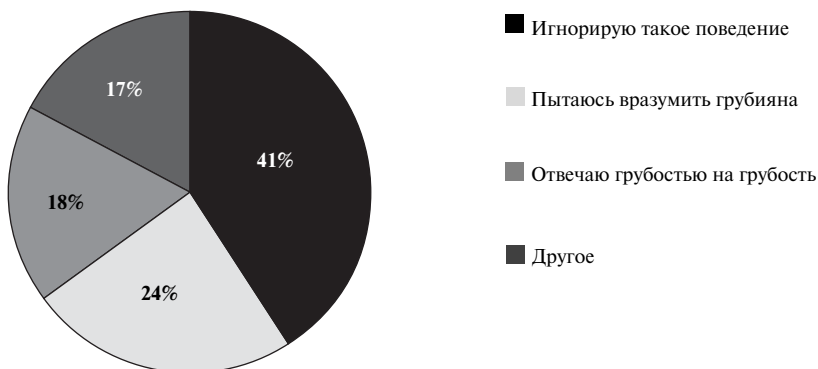
Отношение к людям, нетерпимым к чужому мнению, агрессивным, грубым, не останавливающимся ни перед чем для достижения своей цели



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, убегание, применение силы (рис. 7.13).

Рисунок 7.13.

Распределение ответов на вопрос: «Если по отношению к Вам проявляют агрессивность, грубость, как Вы предпочитаете поступать?»

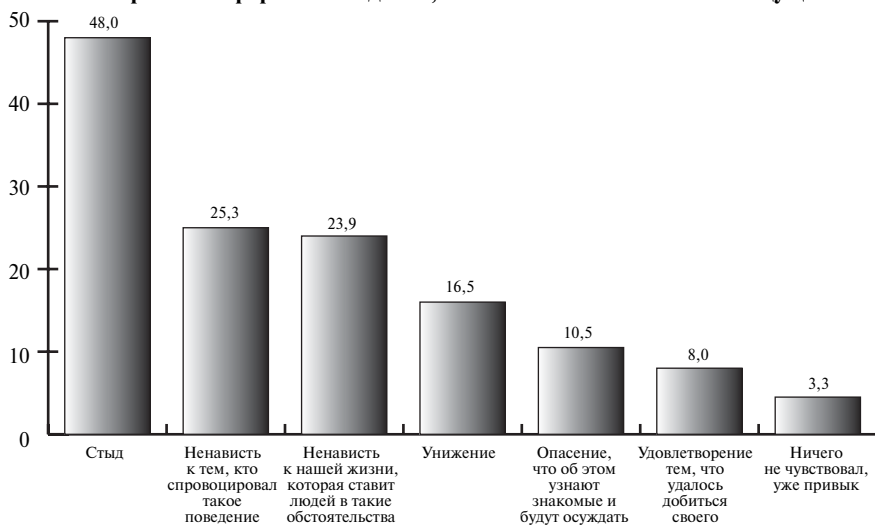


Если опрошенным журналистам приходилось прибегать к интолерантным формам поведения, то чаще всего они испытывали стыд (48%). На втором месте такая эмоция, как ненависть к тем, кто спровоцировал такое поведение (25,3%). На третьем месте — ненависть к нашей жизни, которая ставит людей в такие

обстоятельства (23,9%) (рис. 7.14). 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.

Рисунок 7.14.

Распределение ответов на вопрос: «Если Вам приходилось прибегать к интолерантным формам поведения, то как бы Вы описали свои ощущения?»



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 (рис. 7.15). 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.

По мнению опрошенных журналистов, главной причиной повышения уровня интолерантности в современной России является низкий уровень жизни. В этом пункте журналисты солидарны с населением, представители которого 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 (рис. 7.16).

Рисунок 7.15.
Сферы жизни, в которых наиболее очевидно проявляется нетерпимость, ожесточенность, агрессивность

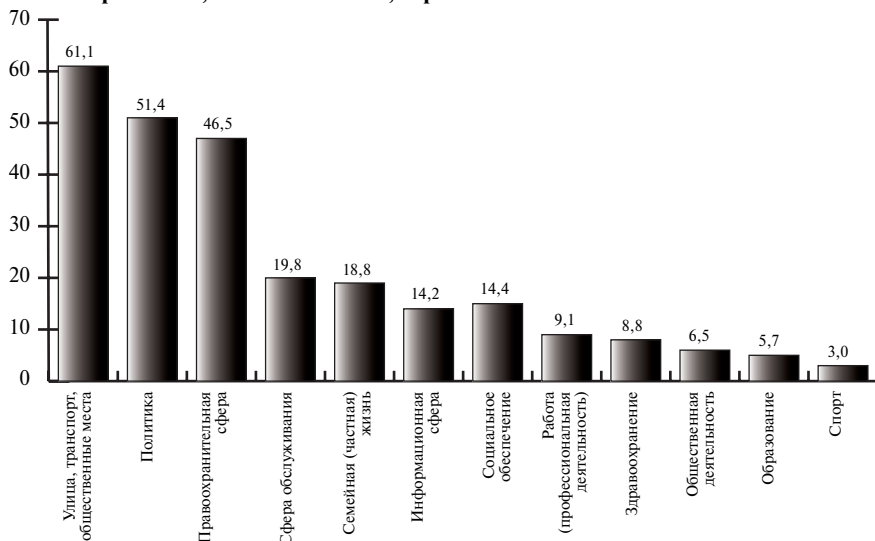
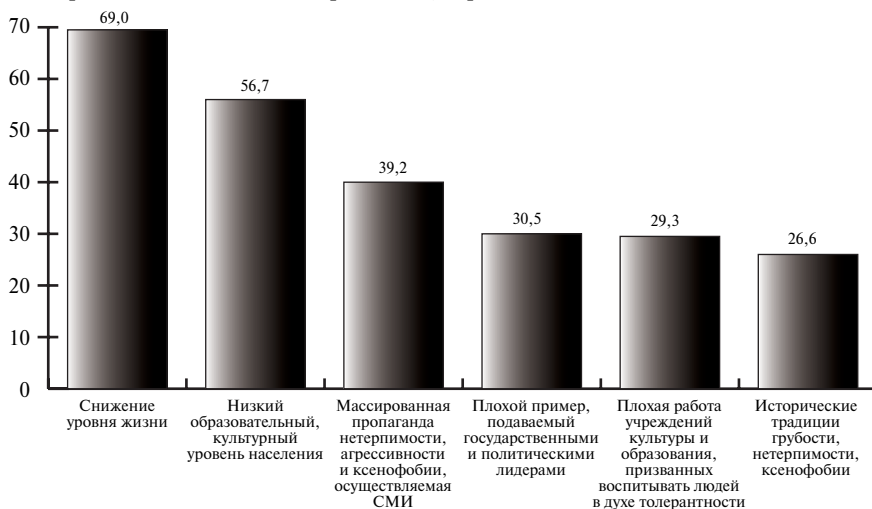


Рисунок 7.16.
Причины повышения нетерпимости, агрессивности в России

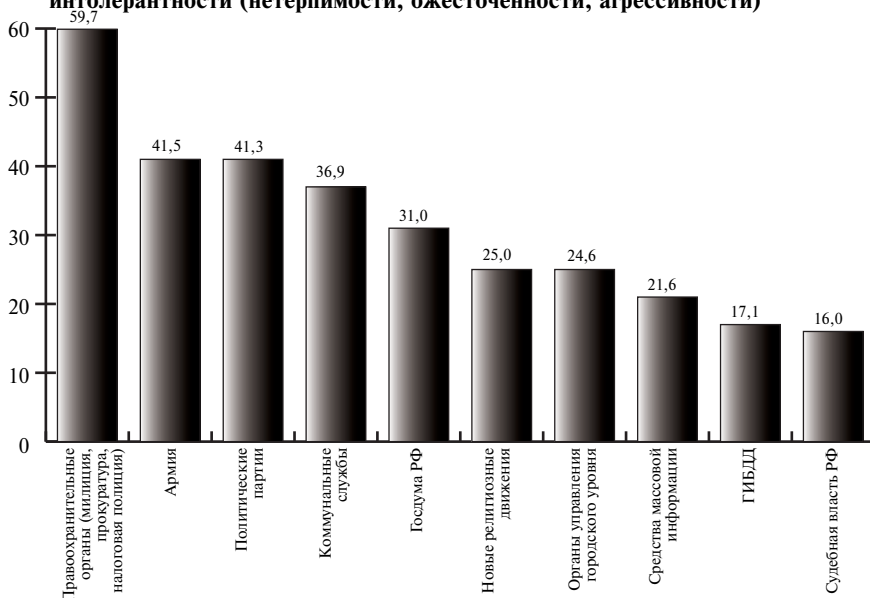


Журналистам был задан вопрос: «Как можно оценить влияние различных государственных и общественных институтов на состояние общественных нравов в России с точки зрения толерантности/интолерантности?» Полученные ответы свидетельствуют о том, что в сознании журналистов существует своеобразная иерархия институтов (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 (рис. 7.17).

Рисунок 7.17.

Структуры, способствующие формированию в обществе атмосферы интолерантности (нетерпимости, жесточенности, агрессивности)

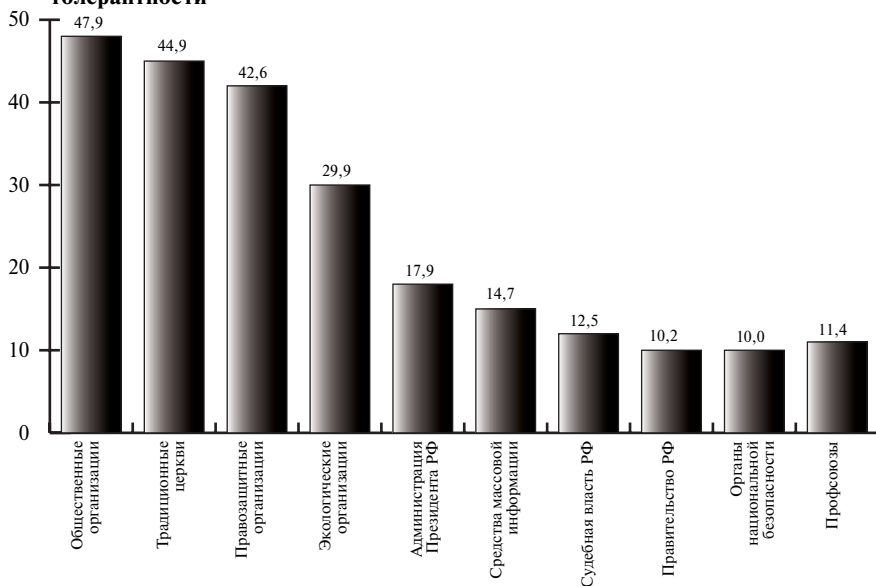


Что касается институтов, которые, по мнению опрошенных журналистов, благотворно влияют на общественные нравы, вносят мир и согласие, то к таковым относятся, прежде всего, общественные организации. Так думают около 50% участников опроса. Затем идут традиционные церкви, толерантный потенциал которых отметили 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 (рис. 7.18).

Во вторую пятерку институтов, способствующих толерантности, входят, по мнению опрошенных журналистов, средства массовой информации, судебная власть, Правительство России, органы национальной безопасности, профсоюзы⁴⁶.

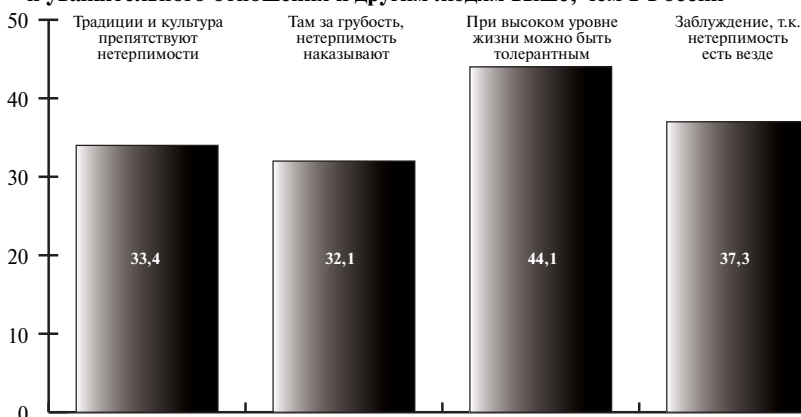
⁴⁶ Любопытно, что средства массовой информации и судебная власть попали в оба списка, что говорит об их двойственном образе в сознании журналистов.

Рисунок 7.18.
Структуры, способствующие формированию в обществе атмосферы толерантности



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 (рис. 7.19).

Рисунок 7.19.
Причины мнения, что в некоторых странах Запада уровень терпимости и уважительного отношения к другим людям выше, чем в России



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.

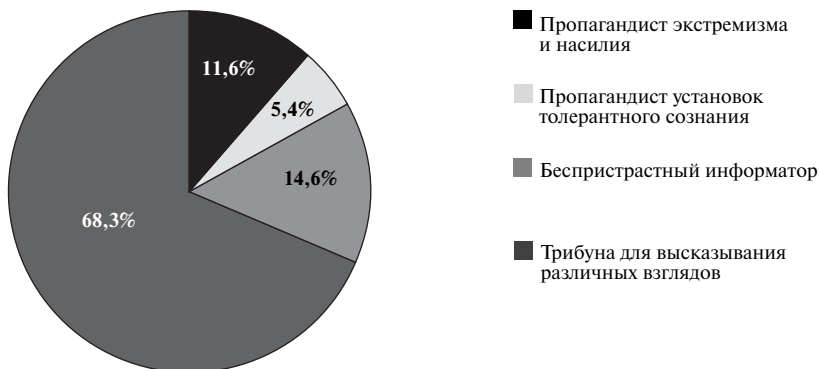
Отношение к собственным СМИ как источнику информации о проблемах толерантности

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 (рис. 7.20).

Рисунок 7.20.

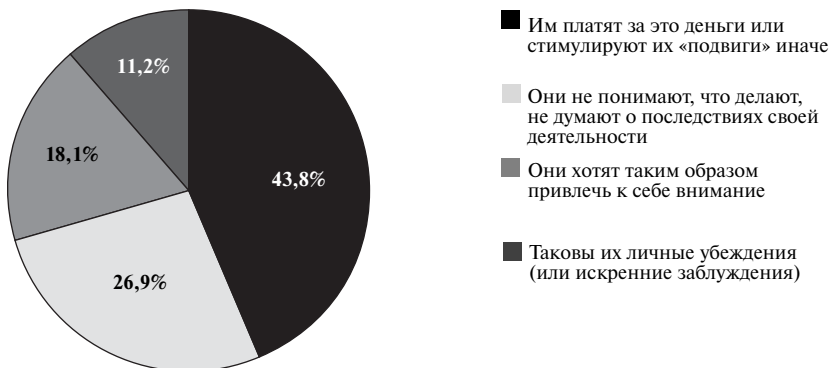
Роль российской прессы в формировании толерантного сознания



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 10% опрошенных журналистов полагают, что есть и такие коллеги, которые сознательно используют трибуну СМИ для продвижения в массы своих интолерантных убеждений (рис. 7.21).

Рисунок 7.21.

Причины, по которым отдельные журналисты распространяют в СМИ экстремистские настроения

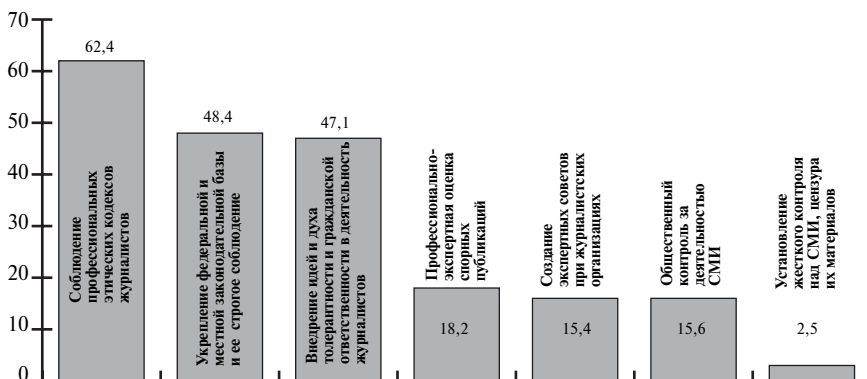


Что же, по мнению опрошенных журналистов, нужно делать для того, чтобы повысить толерантный потенциал СМИ, предотвращать появление в печатной и электронной прессе заведомо экстремистских материалов? Если убрать некоторые заявления типа «надо закрыть все СМИ», то вырисовывается следующая картина. Главным средством опрошенные считают соблюдение всеми журналистами профессиональных этических кодексов. Таково мнение 62%. 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, может 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 (рис. 7.22).

401

Рисунок 7.22.

Меры, наиболее эффективные для предотвращения экстремистских выступлений в российских 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.

Что касается различных государственных и общественных программ, направленных на формирование установок толерантности, то участие СМИ в этих программах, по мнению опрошенных журналистов, должно осуществляться в следующих формах:

- СМИ должны обеспечивать полноценное и всестороннее освещение хода реализации таких программ. За такой подход выступают 62,3% опрошенных журналистов;
- СМИ должны анализировать ход реализации этих программ, а также событий и процессов, которые так или иначе связаны с данными программами. За аналитический подход выступают 54,3% опрошенных журналистов;
- СМИ должны контролировать действия тех, кто занимается осуществлением государственных и общественных программ. С этой мыслью согласны 30,9% опрошенных журналистов.

Таким образом, по отношению к различным программам, разрабатываемым и осуществляемым государственными и общественными организациями, журналисты видят себя исключительно в роли информаторов, аналитиков и контролеров, но никак не соратников и партнеров.

Более того, в журналистском сообществе есть немало людей, которые уверены в том, что СМИ вообще не должны участвовать в каких-либо программах, имеющих социальный или коммунитарный характер. Таких насчитывается 20%.

6 Выводы и рекомендации

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

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

Социальные факторы. Повышенная социальная мобильность по горизонтали и вертикали. Высокий уровень социальных рисков. Слабое гражданское общество (структуры «третьего сектора», пытающиеся противостоять дискриминации и ксенофобии, не обладают достаточными ресурсами и не умеют взаимодействовать и координировать свою деятельность).

Экономические факторы. На рост социальной напряженности сильно влияют резкая и, по мнению значительных групп населения, нелегитимная диспропорция в доходах богатых и бедных, а также безработица, низкая зарплата, рост цен, задержки с выплатой зарплаты, пенсий и др. В частности, подавляющее большинство опрошенных представителей населения в качестве главной причины роста социальной напряженности указали снижение уровня жизни.

Политико-правовые факторы. Российское законодательство, на словах обеспечивая права человека, реально выстроено таким образом, что наказать кого-либо за разжигание национальной розни, за пропаганду насилия по отношению к разным социальным, этническим, конфессиональным группам очень трудно.

Культурные факторы. Расхожесть и укорененность в некоторых группах населения расистских и националистических настроений — синдром радикального авторитаризма. Отсутствие толерантности к «иным», «другим» культурам, обычаям, религиям, группам. Формирование национальной идеологии «осажденной крепости» — «все против нас». Активная эксплуатация националистических, расистских и дискриминационных тем в массовой культуре и СМИ.

Информационные факторы. Важнейшим условием формирования установок толерантности является взаимное доверие субъектов взаимодействия: индивидов, групп, социальных институтов, государств. В свою очередь, доверие базируется на достаточной взаимной информированности субъектов и на презумпции информационной открытости, позволяющей в любой момент получить необходимую информацию о замыслах и делах друг друга. Все сказанное выше позволяет выстроить следующую понятийную цепочку: *информационная открытость — доверие — толерантность — социальное партнерство — объединение усилий — эффективное решение проблем — устойчивое развитие*. Таким образом, открытый и беспрепятственный доступ к общественно значимой информации является не просто гарантом справедливого управления и свободного общества, но и важнейшим условием формирования установок толерантности, что, в свою очередь, способствует созданию атмосферы социального партнерства и объединению усилий различных субъектов в деле устойчивого развития общества. Реальная (не имитационная) информационная открытость государства способна проявить себя универсальным инструментом, позволяющим при незначительных материальных затратах обеспечить значительный эффект восстановления доверия к власти гражданина, институтов гражданского общества, значитель-

ной части средств массовой информации, что, в свою очередь, будет способствовать формированию атмосферы толерантности. Все это ставит в повестку дня вопрос создания публичной политики, открытого общества, одним словом, выращивания фундаментальных ценностей европейской политической и коммуникативной культуры.

Медийные факторы. Проведенные в последние годы исследования, касающиеся проблемы отражения насилия в средствах массовой информации, установили, что существует связь между уровнем насилия в СМИ и уровнем насилия в обществе. 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 на сегодняшний день 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 (медиаобразы). Не ощущая подмены эмпирической действительности предлагаемой медиареальностью, 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.

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

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

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

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

рекламодателю. При таком подходе вопрос о воздействии или адекватности отражения действительности просто снимается.

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

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

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

3. Для того чтобы СМИ стали влиятельным ресурсом формирования установок толерантности, должны быть преобразованы институциональные основы функционирования СМИ.

Речь идет о месте СМИ в системе общественных институтов. На сегодняшний день господствуют весьма примитивные модели, согласно которым СМИ являются либо ресурсом информации и коммуникации, либо посредником между властью и населением. Пришло время понять, что эффективность СМИ многократно возрастает, когда они вплетены в плотную сеть гражданского общества, составляют необходимый элемент процессов самоуправления и саморазвития граждан.

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

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

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

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

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

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

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

Вместе с тем надо отчетливо понимать, что монолог и диктат меньшинства ничем не лучше диктата большинства. И в том, и в другом случае люди теряют способность к подлинному самоопределению: они идентифицируют себя только через групповую принадлежность, снова появляются «наши» и «не наши», расплывается иерархия культурных ценностей и т.д.⁴⁷ Во избежание этих далеко идущих неприятностей толерантности и диалогу должен быть поставлен предел. Такой предел и задается рамкой права.

Вот цитата из работы «Русская идея...», где речь идет как раз о развитии России, каким его видят авторы: «Рамка права означает принятие принципа формального равенства перед судом и законом для всех граждан России (включая и власть предержащих). В рамках права не может быть врагов, а могут быть только оппоненты, соперники, противники. Все конфликты могут разрешаться при этом либо политическими средствами, либо в судебном порядке. Рамка диалога означает признание того, что все люди, все народы – разные. Каждый

⁴⁷ Серль Д. Политика и гуманитарное образование // Отечественные записки. 2002. № 1.

имеет право на свои подходы и взгляды, но никто не имеет оснований объявлять их единственно верными и добрыми. Отказывая себе в праве на такие безосновательные претензии, мы получаем возможность мирного сосуществования и важнейший ресурс развития во взаимодействии разных подходов, интересов и взглядов, разных культур»⁴⁸.

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

- 1) соблюдение всеми журналистами профессиональных этических кодексов;
- 2) внедрение идей и духа толерантности в деятельность журналистов посредством специальных семинаров, конференций, обсуждений, тренингов и др.;
- 3) укрепление законодательной базы, регулирующей действия журналистов;
- 4) создание разнообразных структур, которые будут осуществлять профессионально-экспертную оценку спорных публикаций.

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

- 1) формирование уважения у своих читателей, зрителей, слушателей к существующему разнообразию культур;
- 2) доброжелательный показ разнообразия ценностей и идей, которых придерживаются разные люди;
- 3) демонстрация антиобщественной природы экстремизма во всех его проявлениях;
- 4) помощь во взаимодействии различных социальных групп, организация общественного диалога и социального партнерства;
- 5) стимулирование выработки норм толерантного поведения.

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

- разработка модели интерактивной, социально-ответственной журналистики, формирование идеологии СМИ как коллективного переговорщика, модератора, способствующего поиску общественного компромисса;
- разработка и реализация соответствующих учебных программ на факультетах журналистики и в системе повышения квалификации работников СМИ;
- формирование института квалифицированной медиакритики;
- проведение общественных дискуссий, образовательных и просветительских мероприятий с целью широкого общественного диалога по проблемам агрессии и экстремизма;
- разработка профессиональных стандартов, этических норм и механизмов саморегулирования в журналистском сообществе по освещению этнических, расовых и религиозных тем.

8. Ставя задачу использования СМИ для противодействия экстремизму и ксенофобии, необходимо удержаться от соблазна ввести ограничения свободы слова

⁴⁸ Русская идея: демократическое развитие России. Российский научный фонд. – М., 1996. С. 12.

и свободы СМИ и помнить, что лобовая пропаганда толерантности и мультикультурализма вряд ли может быть эффективной.

Не стоит уповать на то, что критикой «языка вражды» и демонстрацией образцов толерантного поведения можно изменить общую атмосферу в стране. Для этого всем субъектам общественного развития – гражданам и организациям, представляющим их интересы, органам власти, бизнес-структурам и средствам массовой информации – предстоит пройти долгий и трудный путь пересмотра многих казавшихся незыблемыми представлений и культурных установок.