

И.М. Дзялошинский  
М.И. Дзялошинская

# Российские СМИ: как создается образ врага

Статьи разных лет

**И.М. Дзялошинский  
М.И. Дзялошинская**

**РОССИЙСКИЕ СМИ:  
КАК СОЗДАЕТСЯ  
ОБРАЗ ВРАГА**

**Статьи разных лет**

**Издание второе, дополненное**

Чебоксары 2019

УДК 070  
ББК 76.0  
Р76

*Рецензенты*

ректор Академии коммуникации и информации, доктор филологических наук, профессор, член Российской коммуникативной ассоциации

*Н.В. Муравьева*

декан факультета журналистики Южно-Уральского государственного университета, доктор филологических наук, профессор, вице-президент

Евразийской Академии телевидения и радио

*Л.П. Шестеркина*

**Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И.**

**Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет:**  
монография / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. – Чебоксары: ИД «Среда», 2019. – 316 с.

**ISBN 978-5-6043214-9-2**

В сборник вошли статьи, анализирующие роль СМИ и журналистов в формировании в современном российском обществе установок толерантности / интолерантности. В них рассматриваются причины, по которым отечественные медиа часто становятся проводниками агрессивных взглядов, играют роль детонаторов насилия в обществе.

Представленные в сборнике статьи публиковались в различных изданиях в период с 2002 по 2017 год. Авторами статей являются Иосиф Михайлович Дзялошинский – профессор НИУ «Высшая школа экономики» и Марина Иоанновна Дзялошинская – профессор Академии труда и социальных отношений.

DOI 10.31483/a-92

ISBN 978-5-6043214-9-2

© И.М. Дзялошинский,  
М.И. Дзялошинская  
© ИД «Среда», 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	4
Введение.....	6
Толерантность как исследовательская проблема .....	23
Толерантность и мультикультураллизм как теоретические модели и установки практического поведения журналистов .....	41
Методологические проблемы организации газетных кампаний, посвященных проблемам толерантности .....	70
Социальное насилие и толерантность: реальность и медиа-образы.....	80
Восприимчивость массового сознания к деятельности по формированию установок толерантности.....	85
Представления журналистов о проблемах толерантности и возможных технологиях формирования установок толерантности в средствах массовой информации .....	118
О роли интернет-ресурсов в формировании в российском обществе атмосферы толерантности и мультикультурализма .....	143
Роль СМИ в организации диалога власти и общества .....	157
Образы вражды в российских СМИ: социальные, культурные, профессиональные факторы.....	168
Почему агрессивное поведение молодежи вызывает у журналистов симпатию? .....	183
Язык вражды в российских СМИ .....	189
Толерантность: от программ к социальным проектам.....	202
ИнтOLERАНТНЫЕ тексты толерантных авторов: парадокс современной российской журналистики.....	207
СМИ как ресурс мультикультурализма и толерантности.....	211
Десять «смертных грехов» журналистики глазами будущих журналистов.....	215
Роль СМИ в формировании образа «Другого».....	230
Вызовы медиаглобализации .....	239
Медийные стратегии вражды: языковые и образные средства .....	247
Экология медиасреды: технологии манипулирования в интернете .....	262
Риски цифрового мира: модели защиты.....	276
Заключение .....	297
Список литературы .....	305

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В 2007 году в издательстве "Academica" вышел сборник статей «Российские СМИ: как создается образ врага». Тогда в этот сборник вошли шесть статей и разработанная авторами «Комплексная программа организации диалога между СМИ и аудиторией по проблемам толерантности».

С тех пор прошло больше 10 лет. Эти годы вместили в себя так много изменений, что без всякой натяжки можно сказать, что сейчас мы живем в новой эпохе. Это в той, прошлой эпохе много внимания уделялось проблеме толерантности: реализовывалась федеральная целевая программа «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе», проводились конференции, издавались книги, брошюры, сборники и пр.

Вся эта деятельность была ответом российских ученых на идеи, сформулированные на Саммите тысячелетия, прошедшем 6 сентября 2000 года под эгидой ООН. Тогда главы 185 государств пришли к согласию относительно необходимости совместными усилиями искоренить нужду и несправедливость, обеспечить устойчивое развитие мирового сообщества с учетом соблюдения экологической безопасности и рационального использования природных ресурсов. На этом форуме неоднократно подчеркивалось, что информация и культура пронизывают и предопределяют все сферы жизнедеятельности современного человека. При этом отмечалось, что существующие социально-экономические и экологические проблемы свидетельствуют не о недостатке производительных сил человечества, а о социокультурном, духовно-нравственном кризисе межнациональных и социальных отношений.

Однако произнесенные на этом форуме прекрасные слова и последующие усилия теоретиков и практиков так и не воплотились в реальность. И вместо мира взаимодействующих ради общих целей сообществ людей мы имеем мир противоборствующих государств, каждое из которых стремится доказать всем другим, что его сегодняшние интересы важнее интересов всех остальных стран. В угоду этим интересам, нередко отчетливо не сформулированным, разворачивается открытая и скрытая борьба, результатом которой является продолжающееся уничтожение мировых ресурсов и очень часто – человеческих жизней.

Поиск ответа на вопрос: почему были закрыты программы по формированию установок толерантности, почему перестали проводить конференции и издавать книги на эту тему – отдельная проблема, которая, вероятно, когда-нибудь станет предметом специальных исследований.

Однако и в этой, новой эпохе, в которой весь окружающий Россию мир рассматривается как враждебное окружение, а на государственных телеканалах основным жанром являются «пятиминутки ненависти», есть люди, которые понимают, что человечество лишь вступает в полосу крупнейших преобразований в своей истории. Мы стоим у истоков четвертой промышленной революции, отличительными чертами которой являются скорость, масштабность и системность. В работах К. Шваба, Р. Курцвейла показано, как изменят мир нано- и биотехнологии, наноэнергетика, моле-

кулярная, клеточная и ядерная технологии, нанобиотехнологии, биомиметика, нанобионика, нанотроника, а также другие наноразмерные производства; новые медицина, бытовая техника, виды транспорта и коммуникаций; использование стволовых клеток, инженерия живых тканей и органов, восстановительная хирургия и медицина. Прогнозируется резкое снижение энергоемкости и материалоемкости производства, конструирование материалов и организмов с заранее заданными свойствами, существенное увеличение продолжительности жизни человека и животных, повышение роботизации производства, резкое повышение потребности общества в высококвалифицированных работниках, появление новых типов профессий. И в этом новом мире, пронизанном новыми, еще не очень понятными противоречиями, идеи толерантности и мультикультурализма буду вновь востребованы. Иначе человечество просто не выживет. Поэтому мы решили именно сейчас, когда понятия «толерантность» и «мультикультурализм» становятся в устах некоторых политиков и журналистов чуть ли не ругательствами, когда появляются публикации под названием «Больная толерантность мертвого мультикультурализма» собрать и издать некоторые из наших статей на эту тему.

Некоторые мысли, высказанные в наших публикациях начала 2000-х годов, сейчас могут показаться несколько наивными или архаичными, а данные – несколько устаревшими. Но мы сознательно не стали корректировать ничего из сказанного тогда, чтобы, во-первых, продемонстрировать некую динамику наших размышлений в рамках заявленной проблематики; во-вторых, показать неизменность наших принципиальных позиций и концептуальных положений. Что касается большого массива исследовательских данных за период 2001–2005 годов, приведенных в материалах данного сборника, то общение с экспертами и наблюдение за практикой СМИ дают основание для утверждения, что принципиальных изменений в статистических распределениях за прошедшие годы не произошло...

Мы надеемся, что заинтересованные читатели, опираясь на идеи и выводы, сформулированные в предлагаемых публикациях, и на свой опыт, смогут сформировать собственное представление о различных аспектах медийного экстремизма и способах его преодоления. А для тех читателей, которые захотят более глубоко разобраться в этой проблематике, мы составили список литературы, который представлен в конце сборника.

## ВВЕДЕНИЕ

Народный эпос всех стран, в том числе и русские народные сказки, как правило, строятся на противопоставлении добра и зла, светлого и темного начал, борьбе, в которой всегда на некоторое время побеждает добро. В сказках воплощается мечта народа об идеальной жизни, о правильном соотношении хорошего и плохого: подчеркиваем – *о правильном соотношении*, но не о том, что зла не будет вообще! Народ мудр, он понимает, что не бывает добра без зла, не бывает света без тьмы. В предельно сжатом, образном виде эту мысль высказал Воланд в беседе с Левирем Матвеем: «Ты произнес свои слова так, как будто ты не признаешь теней, а также и зла. Не будешь ли ты так добр подумать над вопросом: что бы делало твое добро, если бы не существовало зла, и как бы выглядела земля, если бы с нее исчезли тени? Ведь тени получаются от предметов и людей. Вот тень от моей шпаги. Но бывают тени от деревьев и от живых существ. Не хочешь ли ты ободрать весь земной шар, снеся с него прочь все деревья и все живое из-за твоей фантазии наслаждаться голым светом?»<sup>1</sup>

Таким образом, никого не удивишь, не приведешь в ужас мыслью о том, что насилие как воплощение зла сопровождает человека всю жизнь, пронизывает общественные отношения. Об этом свидетельствуют и размышления ученых, и данные исследований, и простое наблюдение за действительностью.

Что касается причин, вызывающих насилие, то сложились три типа теорий, объясняющих его источники.

**Первый тип** объединяет те концепции, которые выводят насилие из природы человека. При этом предполагается, что существуют врожденные склонности, инстинкты (инстинкт смерти, сексуальный инстинкт), которые подталкивают человека к насилию. К этому типу можно отнести психологические и философские концепции, объясняющие насилие присущей человеку волей к власти, господству или стремлению решать свои внутренние психологические проблемы за счет других. По Фрейду, агрессия обусловлена поиском человеческим существом рубежа собственной субъективности, необходимостью разрушить другого человека, чтобы сократить себя. Сюда же можно отнести так называемые фрустриционные теории, суть которых заключается в том, что большинство людей совершают насильтственные действия не потому, что преследуют какие-то цели, а потому, что эти люди находятся в неудовлетворительном (фрустрированном) состоянии. Причинами фрустрации-агрессии людей могут быть самые разнообразные факторы, ущемляющие их потребности, интересы и ценности. При этом чем сильнее фрустрация, тем больше величина агрессии, направленной на источник фрустрации.

**Второй тип** теорий выводит применение насилия из экономических и социальных условий жизни общества. Экономическое и социальное неравенство порождает дифференциацию общества на группы, общественные классы, а также противоречия и борьбу между ними. Преодоление этой

---

<sup>1</sup> Булгаков М.А. Мастер и Маргарита / Булгаков М.А. Романы. – Кишинев, 1987. – С. 741.

борьбы возможно через установление социального равенства или, как минимум, смягчение неравенства. Соответственно, определяются допустимые пределы разрыва в уровне жизни различных классов для обеспечения стабильности общественной жизни. К этому типу можно отнести и теории социального научения, сторонники которых считают, что высокий или низкий уровень враждебности является результатом социализации (социальной эволюции) личности, группы, социума. Существует такое понятие как «круг насилия» – когда насилие из детства переходит во взрослуу жизнь, в том числе распространяется и на вновь родившихся детей. Таким образом, опыт насилия и подавления передается от поколения к поколению. Авторитарные отношения на всех уровнях социализации формируют личность, готовую подчиниться силе и власти. Но в отношениях с людьми более слабыми, или стоящим на более низких статусно-ролевых позициях, такая личность весьма агрессивна и безжалостна.

**Третий тип** теорий связывает насилие с динамикой конфликта. В любом обществе возникают конкурирующие группы: экономические, политические, духовные. Первоначальное состояние конкурирующих групп и личностей – это потенциальный конфликт. Он становится реальным, когда конкурентное состояние персонифицируется, когда друг другу начинают противостоять конкретные индивиды. Это именно та стадия, когда насилие становится весьма вероятным. Конфликт находит свое разрешение в победе одной из конфликтующих сторон. Утверждается новая иерархия. Наступает период адаптации к ситуации. Это период, когда формируются новые конкурирующие группы. История разрешения конфликта повторяется вновь и вновь. К этому типу относятся этнические, в том числе расовые теории, которые исходят из изначальной враждебности одного этноса (расы) к другому. Классовые теории истоки враждебности видят в социальном расслоении людей. Социальные теории в целом объясняют враждебность социальными отношениями, существующими в обществе, и, в первую очередь, борьбой людей за существование, за ресурсы и власть.

Все три группы теорий исходят из того, что в основе насилия лежит действующая в настоящем времени и поэтому реально фиксируемая причина или совокупность причин. Такой подход считается продуктивным для объяснения многих феноменов насилия в жизни общества, в том числе и войн.<sup>2</sup>

История XX века показала, что среди причин насилия появились и относительно новые, связанные с воздействием на сознание и поведение людей средств массовой информации. Специалисты много спорят о роли СМИ в создании той общественной атмосферы, в которой существует терроризм. И здесь приходится констатировать, что этот общественный климат для терроризма весьма благоприятен и способствует его распространению. Стоит включить телевизор, неважно где: в Нью-Йорке, Сан-Паулу

---

2 См.: Козырев Г.И. «Враг» и «Образ врага» в общественных и политических отношениях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/881/626/1219/kozyrev.pdf>

или Москве, – и на вас обрушаются бесконечные боевики, звучат выстрелы, льется кровь, захватываются самолеты и заложники, крутые хорошие парни насмерть сражаются с крутыми плохими парнями. Уже не один десяток лет полицейский, шпион, человек из «органов» и романтический налетчик являются героями нашего времени.

Эти триллеры награждаются кинопремиями. Агрессивность, насилие буквально пронизывают современный шоу-бизнес.

В средствах массовой информации, современной публицистической и научной литературе в последнее время часто можно встретить термины «зомбирование», «манипулятивные технологии», «психологические операции», «политические кампании» (информационно-пропагандистские, рекламные и т.п.), «комплексные манипуляции», «политические игры», «лоббирование», «кризисные технологии» и т.д. Речь идет о способах скрытого принуждения личности к определенному поведению. СМИ все более и более становятся не только средством коммуникации, обеспечивающим доступ людей к информации, к различным уровням контактов и общения, но и приобретают черты мощнейшего инструмента формирования сознания, чувств, вкусов, мнений огромных аудиторий людей и инструмента воздействия в желаемом для кого-то духе. В многочисленных политологических и социологических исследованиях западных СМИ установлен непреложенный факт: СМИ являются «манипуляторами сознания».

Проведенные в последние годы исследования, касающиеся проблем отражения насилия в средствах массовой информации, установили, что существует связь между уровнем насилия в СМИ и уровнем насилия в обществе. Так, еще в 1969 году Национальная комиссия США по расследованию причин и предотвращению насилия сделала вывод о том, что жестокие фильмы учат людей добиваться своих целей с помощью насилия. Один из ведущих мировых исследователей агрессии Леонард Берковиц указывал, что в 1975 году, после покушения на президента Джеральда Форда, о котором было широко рассказано СМИ, число угроз, пришедших в адрес президента, выросло в три с лишним раза. Аналогичные истории происходят в тех случаях, когда СМИ сообщают о серийных убийствах. Берковиц считает, что новости о насильственных событиях и соответствующие фильмы могут разбудить жестокость в некоторых людях. В 1975 году психологи Жак-Филипп Лейенс и Леонсио Камино (Бельгия) провели такой опыт: одним мальчикам-подросткам пять дней подряд показывали жестокие фильмы, другим – нейтральные. После этого первые стали чаще нападать друг на друга, а вторые вели себя как прежде. К аналогичным результатам пришла в 1991 году американка Венди Вуд. «Изображение насилия в СМИ, – пишет она, – влияет на уровень агрессивности человека».<sup>3</sup> Берковиц дает этому явлению такое объяснение: когда люди сталкиваются с неким стимулом или событием, им в голову приходят родственные этому событию идеи. Например, если одному испытуемому предлагают составить предложение из «агрессивных» слов («пистолет»,

---

<sup>3</sup> Цит. по: Нарышкина А. Томатный сок становится кровью... "Известия", 31.03.2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vif2ne.org/nvz/forum/arhprint/98678>

«ударить», «напасть» и др.), а другому – из нейтральных, то первый после эксперимента продемонстрирует повышенный уровень агрессивности. Попросту говоря, он будет думать о пистолетах, ударах и нападениях. Но даже чрезвычайно агрессивный фильм не спровоцирует усиливающие агрессию мысли и моторные реакции, если насилие в нем будет подано как нечто отвратительное и осуждаемое. То же самое касается и «реальных» телепередач. Скажем, новости об убийце, казненном или приговоренном к пожизненному заключению, способны привести к кратковременному спаду уровня убийств в стране. Вероятность появления агрессивных мыслей у зрителя снижается, если тот не слишком втягивается в происходящее на экране, говоря себе, что это «всего лишь кино». Взрослые люди могут этого достичь, а вот дети не понимают, что это «понарышку». По данным Берковица, дети из неимущих семей менее склонны осознавать, что кино – это лишь вымысел, и поэтому они могут подвергаться большему воздействию телевизионной агрессии. Телевизионная агрессия не только провоцирует реальную жестокость, она учит относиться к ней как к норме. Дети, посмотревшие агрессивный фильм, наблюдают за настоящей дракой более равнодушно, чем те, кто его не видел, и не пытаются вмешаться. Та же реакция была обнаружена и у студентов. Чрезмерно частый показ насилия по телевидению может привести к тому, что население будет все больше привыкать к насилию в жизни. Получается, что люди смотрят жестокие фильмы, и в памяти у них откладываются соответствующие сценарии поведения. Особенно если телегерои в результате применения насилия добиваются своего, и при этом не получают наказания.<sup>4</sup>

Аналогична роль СМИ, которые соревнуются между собой в сенсационной подаче материалов о террористических актах и других насильтвенных действиях. Многие специалисты утверждают, что средства массовой информации России, освещая проблему насилия, в основном живописуют жестокость, с которой участники насильтвенных 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 насильтниками.

Журналисты ссылаются на принцип объективности, обязанность представлять публике факты. Однако зачастую они лукавят: в основе такого подхода к демонстрации актов агрессии лежит погоня за высоким рейтингом. Ведь для ньюсмейкеров событие, связанное с терроризмом, – это новость высокого качества. В результате СМИ, сами, возможно, того не осознавая, работают на террористов, создавая им паблисити. Коммерческий успех любой ценой – этот главный внутренний импульс современной шоу- и СМИ-индустрии приводит к вольной или невольной пропаганде терроризма. Иначе как объяснить появление ставшего чрезвычайно популярным в США бестселлера «Происшествие Кобра» Ричарда Престона, где в по-

---

<sup>4</sup> См.: Нарышкина А. Томатный сок становится кровью... "Известия", 31.03.2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vif2ne.org/nvz/forum/archprint/98678>

дробностях описывается биологическая атака на Нью-Йорк. Еще более поразителен пример книги «Тихая смерть» американского автора Чарльза Прейслера – своего рода учебника по терроризму, где описывается, как изготавливать «нервный газ», «атомную бомбу для маленького человека» или «рицин» – биохимическое вещество, в тысячи раз более токсичное, чем яды-цианиды. Когда автора спросили, зачем он пишет такие книги, он ответил, что хочет обеспечить безбедную жизнь двум своим дочерям. Что уже говорить про информацию такого рода, в изобилии присутствующую в интернете. Не секрет, что во всемирной паутине можно найти рецепты различных ядов, способы изготовления (даже сопровождающиеся видеоГИСТУКЦИЯМИ) разнообразных взрывных устройств и пр.

Таким образом, к традиционным объяснениям истоков насилия (врожденная склонность человека к насилию, экономические и социальные условия жизни общества, особенности взаимоотношений конкурирующих групп населения) добавились новые, указывающие на то, что существуют формы насилия, которые не имеют видимых социальных и экономических причин. Эти формы становятся особо значимыми в условиях информационного общества. Анализ показывает, что нередко причиной этих конфликтов становится некая «скрытая» от глаз информация, которая толкает к применению массового насилия. Такая скрытая информация может возникать стихийно, в виде некоего предрассудка, воспринимаемого общественным сознанием как не требующая доказательств истина. Но она может формироваться и вполне целенаправленно и возникать в результате усвоения определенных идеологических постулатов.<sup>5</sup>

Кроме того, на людей действуют не только образы насилия (то есть семантика медиатекстов), но и специфический «язык вражды», которым пользуются СМИ, описывая даже вполне мирные ситуации. Вот простые примеры. Допустимы ли такие наименования в текстах СМИ: «богатенькие янки», «назойливые китайцы», «заинтригованный кавказец», «отчаянная полька», «совсем несдержаный дагестанец», «ловкие пакистанцы»? Или: «кремлевские сборища», «пораженные в культурных правах провинциалы»? Или фраза: «Брюссель – наверно, один из самых скучных городов Европы. По всем параметрам – не столица континента, а глухая ее провинция...»

Вот еще 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 противоправную коммерческую деятельность – втягивают в криминальные процессы местную около преступную среду и коррумпированных чиновников».

---

<sup>5</sup> Скворцов Л.В. Общество и насилие. – «Октябрь», 1997, № 11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/october/1997/11/skvorc.html>

Агрессивную реакцию значительной доли населения вызывают сексизм и эротика, отвязный молодежный стеб (сленг), агрессивная реклама.

Главным оправданием любого насилия является образ «Врага» («Чужого», «Другого»). Степень реальности этого образа имеет минимальное значение. Главное, чтобы он существовал в сознании людей и был достаточно значимым и могущественным, чтобы оправдывать любые действия по его низвержению или уничтожению. В работах Льва Гудкова убедительно показано, что восстановление на публичной сцене фигур «врага» (не только мятежных «варваров» – бандитов-чеченцев, но и американцев, НАТО и пр.), их присутствие в качестве «горизонта» происходящего стало условием повышения всеобщего массового тонуса в 1999-2000 годах. Антизападный рессентимент в большой мере способствовал приходу к власти лидеров, вышедших из спецслужб и армии: КГБ, МВД, ВПК и других силовых структур, составлявших костяк милитаризованного советского общества. В 1989 году, в ходе общенациональных исследований общественного мнения, проводимых ВЦИОМ, на вопрос: «Как Вы думаете, есть ли сегодня у нашей страны враги?» только 13% опрошенных назвали какие-то персонажи или силы (перечислю их в порядке убывания частоты упоминаний: бюрократическая мафия, коммунисты, националисты, русские нацисты, спекулянты, реже – США, НАТО, ЦРУ, еще реже – жители Кавказа, евреи, китайцы, мусульмане и др.). Самая большая группа ответов (47%) сводилась тогда к варианту: «Зачем искать врагов, если все беды заключаются в нас самих?». Спустя 10 лет, в 1999-2002 годах 65-70% опрошенных уверенно отвечали: да, у России есть враги (и называли: чеченцы, НАТО, исламские фундаменталисты, демократы, Китай и другие). В августе 2003 года на вопрос: «Как Вы считаете, есть ли у сегодняшней России враги?» положительно ответили 77% опрошенных, отрицательно – 9%.<sup>6</sup> Понятно, что после 2000 года этот процесс только нарастал.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Гудков Лев. Негативная идентичность. Статьи 1997-2002 годов. Авторский сборник. – М.: Новое литературное обозрение, 2004 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psyfactor.org/lib/gudkov1.htm>

<sup>7</sup> Подробно категория «образ врага» рассмотрена в работах таких авторов, как Н.Б. Араутов «Образ “врага народа” в системе советской социальной мобилизации», 2002 г.; Е.П. Волкова «Феномен «врага народа» в советской печати конца 1920-х – первой половины 1930-х гг.», 2010 г.; И.Б. Гасанов «Национальные стереотипы и “образ врага”» <http://tolerantnost.68edu.ru/wp-content/uploads/2012/12/nas-stereotipy.pdf>; Г.И. Козырев «Жертва в социальном конфликте: реальность и виртуальность», 2010 г.; А.Г. Колесникова «“Бой после победы”: образ врага в советском игровом кино периода холодной войны», 2017 г.; А.Ю. Мельвиль «Какими мы видим друг друга: Образ врага и новое политическое мышление», 1988 г.; А.Н. Савельев «Образ врага: расология и политическая антропология», 2007 г.; А.А. Сазонов «Когда рушится “образ врага”», 1991 г.; Е.С. Сенявская «Противники России в войнах XX века: эволюция образа врага в сознании армии и общества», 2006 г.; А.В. Фатеев «Образ врага в советской пропаганде 1945-1954 гг.», 1999 г.; В.Е. Чернявская «История в дискурсе политики: лингвистический образ “своих” и “чужих”», 2014 г.; Д.В. Эйдук «“Образ врага” и перспективы войны в русской периодической печати в 1914-1915 гг.», 2002 г. и др.

Психологической основой образа врага являются разнообразные расовые, национальные, социальные стереотипы, закладываемые в структуру личности человека в глубоком детстве.

Исследователи подчеркивают, что в различных обществах и культурах, у различных народов «образ врага» приобретает некоторые общие черты. При всех различиях в причинах и обстоятельствах конфликтов и войн, на протяжении истории существует повторяющийся набор изображения противника – некий «архетип» врага, который создается, как мозаика, по частям. Враг изображается: чужаком, агрессором, безликой опасностью, богоненавистником, варваром, ненасытным захватчиком, преступником, садистом, насильником, воплощением зла и уродства, смертью. При этом главное в «образе врага» – это его полная дегуманизация, отсутствие в нем человеческих черт, человеческого лица. Поэтому «абсолютный враг» практически безличен, хотя может и персонализироваться. Восприятие чужака в качестве врага уходит корнями в родоплеменное общество человечества. Именно тогда закладывались социально-психологические механизмы «образа врага», как правило, вне своей микросреды. Появились антитезы «мы – они», «свои – чужие», «племя – враг племени»... Эта паранойя враждебности проявлялась и проявляется на протяжении всей истории человечества. Для обеих сторон характерны самооправдание и обвинение другой стороны по образцу: мы невиновны – они виноваты; мы говорим правду – они лгут; мы информируем – они пропагандируют; мы лишь обороняемся – они нападают; наши ракеты предназначены для сдерживания – их ракеты предназначены для первого удара.<sup>8</sup>

История человечества выработала несколько форм отношения к «Чужому». Их можно сгруппировать следующим образом.

**В первую группу** форм взаимоотношений с «Чужими» можно включить враждебные модели. К ним относятся: изоляционизм, апарtheid, ассилияторство, насилие.

Изоляционизм предполагает запрет на культурное многообразие, включая запрет на въезд в страну и проживание в ней посторонних, отличающихся от основного населения в культурном плане. Порой это связано со стремлением некоторых слоев защитить или сохранить свои традиционные преимущества и привилегии. В свое время такой подход взяла на вооружение Австралия, в которой политика «Австралия для белых» была реализована первым актом австралийского парламента – Законом об иммиграции 1901 года. Въезд в страну на постоянное жительство тщательно контролировался, чтобы обеспечить принадлежность ее жителей к белой расе и британской культуре. Предпочтение отдавалось британцам, на втором месте были уроженцы Северной Европы. Въезд жителей южноевропейских стран считался менее желательным, а азиаты и другие представители небелых рас рассматривались как абсолютно нежеланные мигранты. В результате мигрантам из категории «желанных» предоставляли-

---

<sup>8</sup> Гасанов И.Б. Национальные стереотипы и «образ врага» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tolerantnost.68edu.ru/wp-content/uploads/2012/12/nac-stereotipy.pdf>

лись финансовые стимулы для переезда в Австралию, а жителей азиатских стран туда не допускали. Лишь в 1960-х годах начали приниматься меры по отмене этих ограничений, а официально с этой политикой было покончено в 1973 году.

Апартеид не закрывает представителям культурных меньшинств доступ в страну (как правило, потому что это по определению невозможно), но предусматривает полный запрет на их ассимиляцию. Пример такого режима – Южноафриканская республика в период правления белого меньшинства, хотя в данном случае группы, лишенные права полноценного участия в жизни общества, составляли большинство населения. Подобное политическое устройство, скорее всего, можно сохранять только репрессивными методами.

Ассимиляторство заключается в том, чтобы допускать в страну приезжих, но при этом проводить политику их ассимиляции, ограничивая тем самым масштабы влияния посторонних на культуру принимающего общества. Этот подход связан с культурным воздействием на иммигрантов, но он может применяться и в отношении коренных народов. Так, в период проведения политики «Австралия для белых» считалось необходимым ассимилироватьaborигенов, привить им европейскую культуру преимущественно англо-кельтского общества. Однако практика показала, что идея «плавильного котла», т.е. предположение, что через некоторое время, поколение или два спустя, специфические культуры и идентичности иммигрантов переплавляются в «американскость», «канадскость», «австралийскость» и т. д. – не работают.

Насилие как форма отношения к «Чужим» предполагает физическое уничтожение носителей (живых и вещественных) иной культуры. Самый яркий пример – идея «арийской расы» и «очищения» земли от иных представителей человечества кроме тех, кто обладает достаточной силой для осуществления такого геноцида. В настоящее время технология насилия активно применяется талибами и некоторыми другими террористическими движениями.

**Во вторую группу** форм взаимоотношений с «Чужими» целесообразно включить нейтральную форму – бездействие. Бездействие означает пустить всё на самотек, в надежде, что всё само собой как-нибудь образуется. Почему-то само собой ничего не образуется, и эта форма организации взаимоотношений довольно быстро заменяется другими.

**В третью группу** можно включить относительные позитивные модели организации взаимоотношений с «Чужими». Это: ненасилие, толерантность, мультикультурализм, транскультурализм, интеркультурализм. Ненасилие исходит из убеждения в самоценности каждого человека как свободного существа и одновременно взаимной связанности всех людей в добре и зле. В основе ненасилия лежит концепция, согласно которой человеческая душа является ареной борьбы добра и зла, как писал Мартин Лютер Кинг, «даже в наихудших из нас есть частица добра, и в лучших из нас есть частица зла».<sup>9</sup> Сознательно ориентируясь на добро, сторонник

---

<sup>9</sup> Кинг М.Л. Любите врагов ваших [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusbaptist.stunda.org/dop/king.htm>

ненасилия, тем не менее, исходит из убеждения, что моральная амбивалентность является принципиально неустранимой основой бытия человека – он не исключает себя из того зла, против которого он ведет борьбу, и не отлучает оппонента от того добра, во имя которого эта борьба ведется. На этом построены принципы его поведения:

а) отказ от монополии на истину, готовность к изменениям, диалогу и компромиссу;

б) критика своего собственного поведения с целью выявления того, что в нем могло бы питать и провоцировать враждебную позицию оппонента;

в) анализ ситуации глазами оппонента с целью понять его и найти такой выход, который позволил бы ему сохранить лицо, выйти из конфликта с честью;

г) бороться со злом, но любить людей, стоящих за ним;

д) полная открытость поведения, отсутствие в отношении оппонента какой бы то ни было лжи, скрытых намерений, тактических хитростей и т.п.

По традиции, идущей от Льва Толстого, ненасилие нередко трактуется как «непротивление злу». Для массового сознания обычны ассоциации ненасилия с пассивностью, покорностью, попустительством. Однако в XX веке ненасилие стало известно как массовая социальная практика – как стратегия и техника социально-политической борьбы, разрешения конфликтов и посредничества, гражданского (невоенного) сопротивления агрессору. Последовательное ненасилие – активно, инициативно, целеустремленно; оно непременно противоположно насилию. Этот прорыв в понимании ненасилия был бы исторически невозможен без того социально-исторического опыта, который был получен благодаря Мохандасу (Махатме) Ганди и Мартину Лютеру Кингу. Знаменательный успех воодушевленных ими движений в Индии и в США не только стимулировал развитие различных форм ненасильственной практики, но и дал толчок разнообразным теоретическим исследованиям в этой области.

Что касается понятий «толерантность» и «мультикультурализм», то они не тождественны категории «ненасилие». В книге Ролло Мэя «Сила и невинность» хорошо показано, что нет прямой и однозначной связи между силой и насилием, также, как нет однозначной связи между ненасилием и добром. Тезис Мэя противоположен: сила лежит в основе всей жизни и имеет разные виды, лишь некоторые из них оборачиваются насилием. Отказ от насилия чаще всего является одной из форм защиты от реальности и бегства от ответственности. Человек несет ответственность за свое неведение, утверждает Мэй, и не сила, а как раз бессилие и апатия чаще оборачиваются разрушительным насилием.<sup>10</sup>

Понятие «толерантность» традиционно переводится на русский язык как терпимость к чужому образу жизни, поведению, чужим обычаям, чувствам, верованиям, мнениям, идеям. В проводившихся нами в течение нескольких лет в разных регионах России опросах многие журналисты так

---

<sup>10</sup> Мэй Р. Сила и невинность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://profilib.net/chtenie/92568/rollo-mey-sila-i-nevinost-v-poiskakh-istokov-nasiliya.php](https://profilib.net/chtenie/92568/rollo-mey-sila-i-nevinnost-v-poiskakh-istokov-nasiliya.php)

и отвечали на соответствующий вопрос анкеты: «Толерантность – это терпимость». При этом на вопрос «Что такое терпимость?» чаще всего отвечали: «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».

Уже в самом начале изучения проблемы толерантности нам пришлось 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 предъявляемых ими образов событий и явлений и почти гарантированно предполагает искаженное восприятие этих образов.

По прошествии десятилетия ситуация практически не изменилась, несмотря на достаточно серьезные усилия, которые предпринимались как в ходе реализации ФЦП «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе», так и во время выполнения проектов – преемников этой программы.

Аутентичное толкование понятия «толерантность» в самом общем виде предполагает, что это способность встать на позицию другого человека, увидеть ситуацию его глазами, понять и принять его намерения и цели. Это готовность жить в сообществе «Других», отказ от рассмотрения «Других» в качестве врагов.

В первой статье Декларации принципов толерантности,<sup>11</sup> указывается, что толерантность означает уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявлений человеческой индивидуальности. Ей способствуют знания, открытость, общение и свобода мысли, совести и убеждений. Толерантность – это гармония в многообразии. Это не только моральный долг, но и политическая и правовая потребность; это добродетель, которая делает возможным достижение мира и способствует замене культуры войны культурой мира.

---

<sup>11</sup>Декларация принципов толерантности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.evolkov.net/conflict/Hasan.B.Conflict.resolution/10.dekl.pdf>

Толерантность – это не уступка, снисхождение или потворство. Толерантность – это прежде всего активное отношение, формируемое на основе признания универсальных прав и основных свобод человека. Ни при каких обстоятельствах толерантность не может служить оправданием посягательств на эти основные ценности, толерантность должны проявлять отдельные люди, группы и государства.

Толерантность – это обязанность способствовать утверждению прав человека, плюрализма (в том числе культурного плюрализма), демократии и правопорядка. Толерантность – это понятие, означающее отказ от догматизма, от абсолютизации истины и утверждающее нормы, установленные в международных правовых актах в области прав человека.

Проявление толерантности, которое созвучно уважению прав человека, не означает терпимого отношения к социальной несправедливости, отказа от своих или уступки чужим убеждениям. Это означает, что каждый свободен придерживаться своих убеждений и признает такое же право за другими. Это означает признание того, что люди по своей природе различаются по внешнему виду, положению, речи, поведению и ценностям и обладают правом жить в мире и сохранять свою индивидуальность. Это также означает, что взгляды одного человека не могут быть навязаны другим.

Толерантность имеет разные формы: личная, общественная (отраженная в морали, нравах, общественной психологии), государственная (это законодательство, политическая практика). На государственном уровне толерантность, введенная в статус закона общественной жизни, трактуется как мультикультурализм. Понятие «мультикультурализм» стало доминирующей характеристикой политического и интеллектуального ландшафта Запада с конца 60-х годов XX века – особенно в США и Канаде, где иммиграция существенно изменила этнический и религиозный состав обоих обществ.

Мультикультурализм базируется на представлении, что ни одна культура не лучше и не хуже, чем любая другая, она просто иная. Антрополог Рут Бенедикт писала, что все культуры представляют собой сосуществующие и в равной степени правомерные жизненные модели, которые человечество создало для себя из исходного материала существования. С ее точки зрения, «каждая культура самодостаточна, автономна, отдельна от других, но в то же время равна всем другим. Все имеет смысл в своем контексте, и все, что нам нужно, – это знать контекст, чтобы понимать, что люди делают и почему они делают это».<sup>12</sup>

Мультикультурализм был одной из ключевых неявных посылок доктрины администрации Джорджа Буша: «Эти ценности свободы правильны и истинны для каждого человека и в любом обществе».<sup>13</sup>

В противовес этой позиции стали распространяться теории, согласно которым разные культуры в разной степени способствуют продвижению

---

<sup>12</sup> Бенедикт Р. Хризантема и меч. Модели японской культуры. – М.: РОС-СПЭН, 2004.

<sup>13</sup> National Security Strategy of the United States of America. The President's Report to Congress on a New National Security Strategic Doctrine for the U.S.A. by President George W. Bush, September 20, 2002.

к демократической системе правления, социальной справедливости и ликвидации бедности, т.е. к целям, содержащимся во Всеобщей декларации прав человека ООН. С этой точки зрения, культурный релятивизм становится гигантским препятствием.<sup>14</sup> Американский социолог Лоуренс Харрисон задает риторический вопрос: «что если именно иберо-католическая культура, а не империализм, колониализм и зависимость является основной причиной того, что латиноамериканские страны бедны, несправедливы и авторитарны по сравнению с англо-протестантскими Канадой и США (а также Барбадосом)? Что если культура есть ключевой фактор в объяснении того, почему чернокожие американцы и испаноамериканцы в США достигают сравнительно худших результатов?»<sup>15</sup>

Аналогичной позиции придерживается российский исследователь Владимир Малахов, который утверждает, что «мультикультурализм, возведенный в идеологию, блокирует демократический плюрализм, подменяя гражданское общество совокупностью автономных и конкурирующих друг с другом "культурных сообществ"».<sup>16</sup> Тот же автор пишет о том, что мультикультурализм способствует расизализации и этнизации общественного дискурса. Осмыслия 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, профессионального происхождения). Способствуя этнизации социальных конфликтов, мультикультуралистская идеология делает их неразрешимыми.<sup>17</sup>

Опираясь на эти утверждения, некоторые авторы с нескрываемым удовольствием констатируют, что итогом политики мультикультурализма является полное разрушение многовековых культурных устоев, развитых культурных традиций, так как подобное смешение всегда ведет к усреднению. По их мнению, если низкий уровень культурного развития мигрантов несомненно повышается, то высокий уровень культуры целевой страны мультикультурализма неизменно падает.<sup>18</sup>

Появляются статьи с примечательными названиями. Например «Мультикультурализм как иллюзия благополучия».<sup>19</sup> Автор, побывавший на российско-германском форуме «Новые демографические и миграционные вызовы для России и Европы. Общие проблемные точки России и

---

<sup>14</sup> Харрисон Л. Евреи, конфуцианцы и протестанты: культурный капитал конец мультикультурализма. – М.: Мысль, 2014. – С. 13–14.

<sup>15</sup> Харрисон Л. Евреи, конфуцианцы и протестанты: культурный капитал конец мультикультурализма. – М.: Мысль, 2014. – С. 21.

<sup>16</sup> Малахов В. Скромное обаяние расизма и другие статьи. – М., 2001. – С. 41-42.

<sup>17</sup> 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.

<sup>18</sup> Мультикультурализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

<sup>19</sup> Житнюк П. Мультикультурализм как иллюзия благополучия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ethnocid.netda.ru/articles/051225rosbaltru\\_multicult.htm](http://ethnocid.netda.ru/articles/051225rosbaltru_multicult.htm)

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...»<sup>20</sup>

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

Не имея возможности в рамках краткого введения вступить в полемику со сторонниками таких взглядов, напомним, что еще Освальд Шпенглер считал, что европоцентристская точка зрения на культуру является ложной.<sup>21</sup> Если сторонники линейно-прогрессистских взглядов полагают человечество единственным, а европейское общество наиболее важной его частью, то автор «Заката Европы» утверждал, что в реальности существует множество сообществ людей, наделенных общей ментальностью. Каждое из таких сообществ обладает определенным набором характерных черт, который немецкий философ называет стилем. «Вместо монотонной картины линейнообразной всемирной истории, держаться за которую можно только закрывая глаза на подавляющее количество противоречащих ей фактов, я вижу феномен множества мощных культур, с перебытной силой вырастающих из недр породившей их страны...»<sup>22</sup>

Каждая нация, по его мнению, наделяет людей своей идеей, своими страстями, своей жизнью, и все культуры «строго привязаны на протяжении своего существования» к тем странам, которые послужили основой для их возникновения. Культура для О. Шпенглера – живое существо высшего порядка, выросшее «со своей возвышенной беспечностью», «подобно цветам в поле». И во всемирной истории немецкий философ увидел картину вечного образования и изменения, чудесного становления и умирания органических форм.<sup>23</sup>

В работах О. Шпенглера культура предстает как исторический феномен, движение которого определяется не законом, а судьбой. Жизнь есть бесконечное зарождение и гибель культур, представляющих собой «организмы», срок существования которых 1200–1500 лет. О. Шпенглер был убежден в

---

<sup>20</sup> Житнюк П. Мультикультурализм как иллюзия благополучия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ethnovid.netda.ru/articles/051225rosbaltru\\_multicult.htm](http://ethnovid.netda.ru/articles/051225rosbaltru_multicult.htm)

<sup>21</sup> Шпенглер О. Закат Европы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://az.lib.ru/s/shpengler\\_o/text\\_1922\\_zakat\\_europy.shtml](http://az.lib.ru/s/shpengler_o/text_1922_zakat_europy.shtml)

<sup>22</sup> Шпенглер О. Закат Европы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://az.lib.ru/s/shpengler\\_o/text\\_1922\\_zakat\\_europy.shtml](http://az.lib.ru/s/shpengler_o/text_1922_zakat_europy.shtml)

<sup>23</sup> Шпенглер О. Закат Европы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://az.lib.ru/s/shpengler\\_o/text\\_1922\\_zakat\\_europy.shtml](http://az.lib.ru/s/shpengler_o/text_1922_zakat_europy.shtml)

Возвращаясь к смыслу понятия «мультикультурализм», отметим, что очень важно различать мультикультуральность или культурную многосоставность как состояние, находимое во многих культурных пространствах, в том числе и в России, и мультикультурализм как свод теорий и практик для осмыслиения этого явления. Мультикультурализм является одним из самых характерных проявлений актуализации горизонтальных, ризоматически<sup>24</sup> культурных взаимодействий, характеризующих важнейший сдвиг в мировой культуре постсовременности. Несомненно, что в наиболее за-конченной форме он был сформулирован, оценен, институализирован и переведен в область массового потребления именно в США. При этом, по точному определению исследователей мультикультуральной проблематики в сфере СМИ Э. Шохат и Р. Стэма, 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 языки и мышление организованы вокруг бинарных оппозиций, в которых имплицитно все европейское представлено как «наши» нации и «их» племена, «наши» религии и их «пред-рассудки» и «поверья», наша «культура» и их «фольклор», наша «оборона» и их «терроризм».<sup>25</sup>

<sup>24</sup> 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 попречные, горизонтальные, а не вертикальные иерархические связи культуры корневища, мультиплексию в ней несистемных и неожиданных различий, которые не укладываются в прежние бинарные структуры систематических соответствий. (Deleuze G. Guattari F. Rhizome. Р., 1976.)

<sup>25</sup> 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.

Таким образом, под мультикультурализмом обычно понимают сосуществование многих культур в одном месте, без преобладания какой-либо одной культуры в регионе. Создавая широчайший спектр человеческих различий, приемлемых для большого числа людей, мультикультурализм стремится к преодолению расизма, различия полов и других форм дискриминации. Другими словами, мультикультурализм – теория и практика признания и уважения различных культур, религий, рас, этничесостей, мнений внутри окружающей среды. Согласно мультикультуралистской точке зрения допускается и прием страной представителей разнообразных культур, и спокойное отношение к тому, что меньшинства остаются «ненинтегрированными». Необходимо распахнуть двери для всех, кто хочет стать членом общества, а степень ассимиляции должна определяться желанием и способностью каждого отдельного индивида.

Практика выработала два варианта мультикультурализма: активный и пассивный. Активный мультикультурализм заключается в том, что общество должно принимать значимые меры для обеспечения представителям разных культур не только полноценного участия в жизни общества, но и максимальных возможностей для сохранения особой идентичности и традиций. Согласно этой точке зрения, к разнообразию следует не просто относиться толерантно – его нужно укреплять, поощрять и поддерживать, как финансовыми средствами (при необходимости), так и путем представления культурным меньшинствам особых прав. Пассивный (или мягкий) мультикультурализм исходит из представления о том, что надо давать не только возможность сохранения особой идентичности и традиции, но и обеспечивать возможность ассимиляции и перехода в другие культуры. «Мягкие» мультикультуралисты исходят из понимания того, что новоприбывшие и меньшинства в любом обществе будут стараться следовать преобладающим нормам, поскольку это облегчает жизнь, делает ее приятнее и сокращает издержки. Проще выучить язык, на котором говорят большинство населения, чем ждать, пока остальные выучат ваш. Дружбу также легче завязывать с людьми, с которыми у вас есть что-то общее. Наконец, иметь широкий круг общения и дружеских связей лучше, чем замыкаться в компании немногих, которые полностью разделяют ваш образ жизни.

Исходя из этого, на наш взгляд, и толерантность, и мультикультурализм как поведенческие принципы и политическая практика являются установками на реальное изменение тех жизненных ситуаций, когда подавляются права и возможности развития для различных меньшинств. В каком-то смысле понятия «толерантность» и «мультикультурализм» представляют собой проявления той любви, которая, как пишет Р. Мэй, диалектически связана с силой: «чтобы любовь была чем-то большим, чем сентиментальность, ей нужна сила, а силе, чтобы не превратиться в голое манипулирование, нужна любовь».<sup>26</sup> И еще одна цитата: «Сочувствие – это название той формы любви, которая основывается на нашем знании и

---

<sup>26</sup> Мэй Р. Сила и невинность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://libking.ru/books/sci-/sci-psychology/288315-rollo-mey-sila-i-nevinnost-v-poiskah-istokov-nashliya.html>

понимании друг друга. Сочувствие – это осознание того, что все мы находимся в одной лодке, и все мы либо утонем, либо будем плыть вместе. Сочувствие вырастает из признания общности. Оно исходит из того, что все мужчины и женщины – братья и сестры, даже несмотря на необходимость определенной тренировки наших собственных инстинктов для того, чтобы начать осуществлять это убеждение своими действиями. Сочувствие – это связь, ощущаемая с другим человеком не потому, что он "реализует свои возможности" (как будто кто-то их когда-либо реализовал!) – мы испытываем сочувствие к другому человеку в неменьшей степени и потому, что он не реализует свои возможности. Иными словами, потому, что он человек, как я и вы, навеки вовлеченный в борьбу между реализацией и нереализованностью. Тем самым мы перестаем требовать от человека быть идеальным для того, чтобы присоединиться к человечеству в его судьбе и его страдании». <sup>27</sup>

Критика мультикультурализма привела к возникновению таких моделей общественного развития, как «транскультурализм» и «интеркультурализм». Транскультурализм требует не просто поддерживать ценностное равенство и самодостаточность разных культур, как это делает мультикультурализм, но и обеспечивать их открытость и взаимную вовлеченность. Здесь действует принцип не дифференциации, а интерференции, «рассеивания» символических значений одной культуры в поле других культур. Если «многокультурье» настаивает на принадлежности индивида к «своей», биологически предзаданной, «природной» культуре («женской», «молодежной» и т.д.), то транскультурализм предполагает диффузию исходных культурных идентичностей по мере того, как индивиды пересекают границы разных культур и ассимилируются в них. Вместе с тем транскультуру не следует отождествлять с глобальной культурой, распространяющей одинаковые модели (преимущественно американские) на все человечество. Транскультура есть не общее и идентичное, присущее всем культурам, но культурная разнообразие и универсальность как достояние одной личности. Транскультура – это состояние виртуальной принадлежности одного индивида многим культурам.

Модель интеркультурализма возникает в ответ на либеральную критику мультикультуралистской концепции. Если главный принцип мультикультурализма – сохранение культурных различий, то интеркультурализм полагает, что эти различия динамичны и могут смешиваться. Наличие меньшинств, их творческий потенциал рассматривается не как проблема, а как преимущество – ресурс для экономического, социального и культурного развития. Интеркультурализм предполагает наличие общих интересов у граждан разных национальностей и религий, объединяемых общей же гражданской ответственностью за свою страну. Интеркультурализм обозначает необходимость выравнивания возможностей выбора культуры и культурного статуса индивида / группы, подразумевающего

---

<sup>27</sup> Мэй Р. Сила и невинность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://libking.ru/books/sci/sci-psychology/288315-rollo-mey-sila-i-nevinnost-v-poiskah-istokov-nasiliya.html>

социальную и культурную эманципацию при принятии базовых правил взаимодействия и создания для него единых условий.

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

Следует отметить, что в анализируемом дискурсе существует еще одна – практически забытая в современном мире категория – солидарность. Когда-то марксисты-революционеры искренне верили во всемогущество пролетарской солидарности и заявляли, что нет «незыблемого закона войны, которого пролетариат не мог бы изменить».<sup>28</sup> Как же быстро развеялись эти иллюзии. И тем не менее, после двух мировых войн принцип солидарности вновь был упомянут в качестве одной из основ разработки концепции культуры мира.<sup>29</sup> Дальнейшее обоснование культуры мира привело к пониманию принципа солидарности как фундаментальной ценности, имеющей существенное значение для развития международных отношений в XXI веке.<sup>30</sup>

Современные исследователи понимают солидарность как социокультурный феномен, аккумулирующий энергию совместного действия людей и направляющий ее одновременно на преодоление эгоизма во всех его социально негативных проявлениях (войны и пр.) и на созидание целостности человечества.<sup>31</sup> Развивая эту идею, А.А. Червяков пишет о том, что в долгосрочной перспективе «дело солидарности» заключается, во-первых, в преодолении человеческого эгоизма. Солидарность сродни любви, когда последняя трактуется в контексте «спасения человеческой индивидуальности через жертву эгоизма».<sup>32</sup> То значение, которое любовь имеет для преодоления индивидуального эгоизма, солидарность имеет для преодоления общественного эгоизма. Во-вторых, в созидании исторических форм целостности общества посредством создания уникальной социокультурной общности «Мы», обеспечения ее роста и развития. В-третьих, в умножении энергии человеческого действия. В этом плане солидарность ценна не только как средство преодоления или созидания, но и сама по себе как источник социокультурной энергетики.

Можно предположить, что рано или поздно категория «солидарность» вновь выйдет на авансцену научных исследований и политических практик.

---

<sup>28</sup> Жорес Ж. Идея мира и солидарность пролетариата. – Книгоиздательство «Демос», 1905. – С. 18.

<sup>29</sup> Резолюция ООН «Культура мира». Принята 52-й Сессией Генеральной Ассамблеи ООН 20 ноября 1997 года // Приложения. А.С. Капто. От культуры войны к Культуре Мира. – М., 2002. – С. 381.

<sup>30</sup> «Декларация тысячелетия» Утверждена резолюцией 55/2 Генеральной Ассамблеи ООН от 8 сентября 2000 года // Приложения. А.С. Капто. От культуры войны к культуре Мира. – М., 2002. – С. 391.

<sup>31</sup> Червяков А.А. Культура солидарности как феномен глобальной культуры // Вестник Ставропольского ун-та. – 2007. – №50 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kultura-solidarnosti-kak-fenomen-globalnoy-kultury>

<sup>32</sup> Соловьев В.С. Смысл любви // В.С. Соловьев. Сочинения в 2 т. – Т. 2. – М., 1988. – С. 505.

## ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПРОБЛЕМА (И.М. Дзялошинский)

В последнее время проблеме толерантности СМИ уделяется много внимания. Проводятся конференции, издаются книги и брошюры, реализуются специальные проекты, направленные на просвещение журналистов, повышение уровня публикаций, посвященных освещению сложных аспектов межэтнических отношений и конфликтных ситуаций. Безусловно, реализация этих проектов сыграла свою положительную роль. По крайней мере, само слово «толерантность» уже вошло в журналистский обиход. Правда, следует отметить, что чаще всего этим словом обозначается морально-нравственная установка на терпимость, снисходительность, понимание другого. Толерантный человек – это человек, который с уважением относится к интересам, привычкам, верованиям других людей, стремится понять их и достичь взаимного согласия без применения насилия, давления.

На мой взгляд, это чрезмерно узкое толкование данной категории. Представляется возможным рассматривать толерантность как характеристику любых социальных структур – отдельного человека, социальной группы, общественного института или общества в целом, – фиксирующую специфическую ориентацию на разрешение конфликтных ситуаций, возникающих в процессе взаимодействия с другими социальными структурами. Специфичность этой ориентации заключается в стремлении понять позицию другой стороны, объяснить ей свою позицию и в процессе диалога найти взаимоприемлемое компромиссное решение. Категорией, противоположной по своему социальному смыслу толерантности, является экстремизм, опирающийся на насилие как главный инструмент решения проблем.

Таким образом, толерантность есть не только нравственная характеристика отдельного человека, но и специфическая технология взаимодействия людей, такая технология, которая обеспечивает достижение целей через уравновешивание интересов, убеждение сотрудничающих сторон в необходимости поиска взаимоприемлемого компромисса.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Предвосхищая дальнейший разговор, полагаю необходимым уже здесь заявить, что так понимаемая толерантность есть предпосылка, условие и одновременно продукт либерального, демократического общества. Только в обществе, признающем в качестве высшей ценности и главного богатства свободную суверенную человеческую личность, толерантность становится естественным атрибутом цивилизованности. И наоборот, в обществе, где к идеи суверенной личности относятся с подозрением, толерантность также рассматривается как синоним мягкотелости и неумения бороться «за светлые идеалы». Поскольку Россия ни экономической, ни политической свободой никогда не отличалась, то ни практических, ни теоретических основ либерализма для себя не выработала. Русская историческая традиция от славянофилов до Солженицына неизменно отрицала западный либерализм во имя внутренней религиозной свободы. Законность и право как «этические

Так понимаемая толерантность представляет собой интересную исследовательскую проблему. Например, можно предложить следующие параметры этой категории.

**1. Уровень толерантности.** Если исходить из предложенной выше оппозиции «экстремизм-толерантность», то можно предположить, что высшая точка толерантности связана с идеей непротивления злу насилием и следованием принципу: если тебя ударили по правой щеке, подставь левую. Нормальная, средняя степень толерантности обозначена максимой «Око за око, зуб за зуб» и минимальная толерантность описывается тезисом «Если враг не сдается, его уничтожают».

В качестве гипотезы можно предположить, что есть социальные структуры, изначально ориентированные на агрессию, на силовое решение проблем, и есть структуры, в большей степени ориентированные на переговоры, на поиск согласия, на компромисс.

**2. Субъекты толерантности.** Под субъектами толерантности понимаются различные индивиды, социальные группы, общественные институты, на которые распространяется принцип толерантности, с которыми возможен поиск компромисса. Понятно, что перечень таких субъектов у каждой социальной системы разный. Так, Аслан Масхадов для российского правительства не является субъектом переговорного процесса, а для руководителей некоторых оппозиционных движений является. Для одних журналистов такие структуры, как МВД, Армия, ФСБ, парламент, выступают субъектами толерантности, то есть могут требовать уважительного отношения, понимания, снисходительности, а для других они достойны только осмения, острокизма и ненависти.

Специфическим субъектом толерантности является власть в целом. Для одних журналистов представляется совершенно естественной мысль о том, что средства массовой информации обязаны почти постоянно находиться в конфликте с властями и большим бизнесом. СМИ, по их мнению,

---

минимумы» человеческой жизни третировались как формы внешнего ограничения и принудиловки. Они казались чуждыми высоким идеалам подлинной духовной свободы. Эта традиция жива и сегодня. Авторы многих появляющихся в прессе публикаций настойчиво стремятся развенчать «либерально-рационалистический миф», повинный, по их мнению, в повсеместно наступившем культурно-экологическом кризисе и требующий предпринять экстраординарные меры по его преодолению. Зато насилие как средство решения различных, в том числе и политических проблем имеет среди российских журналистов немало сторонников. В России экстремизм и его крайняя форма – терроризм всегда вызывали интерес у определенных групп населения, которые могли обратить на себя внимание только посредством диких эксцессов и у интеллектуалов, выражавших интересы этих групп. Достаточно напомнить Нечаева с его лозунгом: «Нравственно то, что служит революции». Конечно, терроризм в России тоже был разный. Большевизм устами В.И. Ленина хотя и осуждал индивидуальный террор (не с этических, а методологических и стратегических позиций), ставил в заслугу народовольцам то, что они своим героическим террористическим методом борьбы способствовали последовательному революционному воспитанию русского народа. Российские журналисты и сейчас много и со вкусом пишут об экстремистах всех мастей, так много, что невольно закрадывается подозрение, что именно этот тип политического поведения представляется им наиболее «интересным».

играют роль сторожевого пса демократии и бдительно следят за тем, чтобы властные структуры соблюдали демократические «правила игры». Некоторые российские журналисты усвоили эту нехитрую логику противостояния и считают делом доблести, чести и геройства постоянно выставлять власть в комическом, пародийном свете, считая, видимо, что тем самым они помогают становлению демократии в России. Думаю, что на самом деле, они безответственно затаптывают неокрепшие ростки демократии, создают ту атмосферу, когда власть критикуют не за ошибки, а просто потому, что она власть. Очень неприятно читать публикации, в которых бездоказательно и грубо называют взяточниками, разрушителями России, обмазывают грязью не конкретных людей, опасаясь, видимо судебного преследования, а просто категории «государственный чиновник», «государственный служащий».

Другой специфический субъект толерантности – коллеги. Все мы являемся свидетелями той «войны титанов», которая иногда вспыхивает в московских и региональных СМИ.

**3. Предмет толерантности.** Под предметом толерантности понимается та характеристика личности, социальной группы или иного объединения людей, которая может быть полем согласования интересов, взаимопонимания, поиска компромиссов. Понятно, что у разных субъектов предмет толерантности может быть разным. Один готов примириться с тем, что кто-то верит в другого бога, но ни за что не признает его право иметь иные политические взгляды. Другой, наоборот, готов не обращать внимания на политические взгляды, если есть совпадение в религиозной принадлежности. Третий не может поступиться некоторыми нравственными императивами.

Другими словами, у каждого человека, каждой социальной группы, каждого общества есть некие пределы, некие зоны, где толерантность не допускается.

Предметное поле толерантности можно изобразить в виде некоей розы ветров, где векторами являются религиозные, политические, экономические, нравственные и иные взгляды.

Разработка индикаторов и социологического инструментария, позволяющего более или менее точно определить степень толерантности с помощью определенных шкал, на мой взгляд, особых трудностей не вызывает, а результаты такого исследования могут быть весьма любопытными. Однако в этой статье я хотел бы поразмышлять о глубинных процессах, предопределяющих тот или иной уровень индивидуальной и общественной толерантности.

### Культурные контексты толерантности

Толерантность проявляется прежде всего в коммуникации. Известно, что для того, чтобы возникла коммуникация, необходимо существование двух, неразрывно связанных с ней компонентов: эмоционального контакта и согласия по поводу реальности. Говоря об эмоциональном контакте, иногда пользуются термином «эмпатия» – прямой перевод используемого немецкими психологами слова *«einfühlung»*, дословно «чувствование»

вание внутрь». Слово происходит от греческого *«pathos»* (сильное и глубокое чувство, близкое к страданию) с префиксом «-ет-», означающим направление внутрь. Прослеживается аналогия со словом «симпатия», выражающим «сочувствие» и имевшим оттенок сентиментальности. Эмпатия – чувство более глубокое, передающее такое духовное единение личностей, когда один человек настолько проникается чувствами другого, что временно отождествляет себя с собеседником, как бы растворяясь в нем. Именно в этом глубоком и несколько загадочном процессе эмпатии возникает взаимное понимание, воздействие и другие значительные отношения между людьми. Именно в этом состоянии достигается полное взаимопонимание между людьми. Существование эмпатии напрямую связано с самим смыслом коммуникации. Нельзя понять человека собеседника, если не отождествить себя с ним.

Что касается реальности, то для отдельного индивидуума реальность может состоять только из его интерпретации ощущений, которые он получает. Сравнительная ненадежность этих данных очевидна, однако все мы верим в свою реальность.

Таким образом, с точки зрения коммуникативистики, интолерантность есть следствие культурно-коммуникативного конфликта между индивидами и социальными группами по поводу реальности в условиях отсутствия положительного эмоционального контакта. Другими словами, интолерантность выступает формой проявления глубоких социальных или коммуникативных противоречий между участниками социально-коммуникативного взаимодействия. Чаще всего причиной конфликтов выступает различие установок и ценностей, полученных людьми в прошлом в качестве традиций и образцов поведения. Иногда этот конфликт доходит до стадии культурно-коммуникативного шока. Суть культурного шока – конфликт старых и новых культурных норм и ориентаций. Старых – присущих индивиду как представителю того общества, которое он покинул, и новых, то есть представляющих то общество, в которое он прибыл. Собственно говоря, культурный шок – это конфликт двух культур на уровне индивидуального сознания.

Следовательно, широкое внедрение в жизненную практику масс толерантных форм взаимоотношений предполагает с одной стороны, глубокие преобразования социально-экономических и политических отношений, а с другой – формирование иной коммуникативной среды, опирающейся на специальные нормы коммуникативной культуры, обеспечивающие толерантность и взаимопонимание людей.

Возможность осуществления таких преобразований определяется со-вокупным влиянием нескольких факторов, из которых выделим три.

**Первый фактор** – общая социальная ситуация, в которой живут люди. Трудно быть терпимым, снисходительным, уважительным, если вокруг рвутся мины и стреляют в затылок. Чем выше уровень общественного напряжения, тем выше агрессивность и нетерпимость людей.

**Второй фактор** – ситуация в конкретном сообществе, членом которого является индивид.<sup>34</sup>

**Третий фактор** – специфический тип культуры межличностных и социальных отношений. К этой проблеме я и хотел бы перейти.

Для меня толерантность не только теоретическое понятие, но и элемент определенной культуры жизни, определенной культуры поведения. Под культурой я понимаю совокупность знаний, ценностей и норм, которые определяют нашу жизнь. Можно предположить, что в фундамент так понимаемой культуры может быть вписана и толерантность. Но ее там может и не быть. И если ее там нет, то мы можем сколько угодно рассуждать о толерантности, но в жизни ее не увидим. Это все равно как рассуждать о боли с человеком, который по каким-либо причинам боли не чувствует. Он будет кивать головой и вообще поддерживать беседу, но понять тебя не сможет.

Мы убедились в этом в ходе семинаров-тренингов для журналистов региональных СМИ, занимающихся данной проблематикой. На этих семинарах мы обнаружили, что журналисты, много и охотно рассуждавшие о том, что такое толерантность, поддерживавшие идею толерантного отношения к ближнему, одновременно публиковали материалы, в которых высокомерно отзывались о «лицах кавказской национальности», призывали раз и навсегда решить «чеченскую проблему», делили жителей какого-нибудь городка на «местных» и «пришлых» и т.п. Так, например, когда на одном из семинаров мы предложили журналистам поразмышлять о том, как обеспечить толерантное отношение к приезжим, то двадцать с лишним человек дали простой ответ: надо ограничить количество приезжих. И еще предложили фильтровать приезжающих: по профессии, по возрасту. Это к вопросу о толерантности наших журналистов.

Все это говорит о том, что, прежде чем наращивать усилия по пропаганде толерантности, надо проанализировать причины интолерантного поведения как населения, так и журналистов. Чаще всего в качестве такой причины называют нашу ненормальную жизнь, которая, дескать, заставляет людей быть нетерпимыми. Вероятно, доля правды в таком утверждении есть. Но только в том плане, что бессмысленно учить толерантному

---

<sup>34</sup> Надо ли говорить о тех трудных условиях, в которых приходится работать российским журналистам? Я имею в виду и внушающее глубокую тревогу материальное состояние всех структур, отвечающих за информационное обеспечение населения; и низкую заработную плату большинства работников средств массовой информации; и постоянные попытки достаточно разных по политическим симпатиям и степени влияния сил подчинить себе СМИ или, по крайней мере, выйти на реальные рычаги управления ими. Приходится констатировать, что средства массовой информации, с одной стороны, попали под жесточайший экономический пресс рыночных отношений, а с другой – продолжают испытывать давлениеластных структур, пытающихся управлять ими старыми методами. Одновременно произошло резкое снижение платежеспособности массового потребителя информации. Все это в совокупности принципиально изменило ситуацию на информационном рынке России. Понятно, что ожидать от озлобленных профессионалов такого деликатного чувства как толерантность, не приходится.

поведению до тех пор, пока вокруг будут образцы успешного интолерантного поведения. Однако и сама жизнь, и анализ показывают, что в одних и тех же условиях одни люди стараются унизить, оскорбить другого человека, использовать его в качестве инструмента достижения своих целей, а другие не могут этого себе позволить, реализуя даже в самых беспощадных условиях жизни нормы толерантного поведения.

Следовательно, нужно понять культуру отношений в обществе и культуру журналистики, которая эти отношения поддерживает. Начинать поиск особенностей поведения журналиста в рамках формирования установок толерантного поведения надо с понимания того, что собой представляет реальная российская культура. Культура отношений между людьми, культура отношения к своей работе, культура отношения к своей семье, культура отношения к другим, к иным, инаким.

Обратившись к этой проблеме, прежде всего замечаешь, что нынешняя российская культура представляет собой амальгаму из трех разных культур.

Одна из них провозглашает в качестве основы отношения человека к окружающему миру принцип органичности, целостности и взаимосвязанности всего сущего в этом мире; принцип признания суверенности мельчайших элементов мироздания и уважения к правам этих элементов; принцип естественности роста, приращения всего сущего, неприятия революций, взрывных преобразований. Это – **космоцентрическая культура**.

Космоцентрическая культура прослеживается у разных народов на всех этапах человеческой истории. В частности, в работе К. Мяло «Оборванная нить» аргументировано доказывается, что российская деревня являлась самостоятельной цивилизацией, органично складывавшейся многие тысячелетия, и опиравшейся на идею идеального равновесия вселенной. Именно космоцентрическая культура в наилучшей мере реализует жизненную ориентацию, названную Э. Фроммом ориентацией на «бытие». В рамках западной культуры эта ориентация наиболее отчетливое выражение получила в работах средневековых европейских мыслителей. Среди авторов новейшего времени можно назвать В. Вернадского, А. Швейцера, Э. Фромма, Ю. Лотмана. Понятно, что в рамках такой культуры толерантность естественна.

Второй тип культуры отношений, который отчетливо проявляется в российской культуре, я называю **социоцентрической культурой**. Особенность этой системы отношений определяется идеей, согласно которой центром мироздания является некая человеческая общность, к которой причисляет себя данный индивид. Фундаментальной особенностью социоцентрической культуры является растворение личности в некоем «Мы», какой-либо общности, которая выступает по отношению к этому индивиду как высшая власть и высшая сила. Следует подчеркнуть, что речь идет о добровольном и зачастую самим индивидом не замечаемом усвоении принятых в данной общине шаблонов, схем и образцов мышления и поведения, которые рассматриваются как единственно возможные.

Такая культура позволяет человеку осознавать себя и других лишь в качестве членов племени, социальной или религиозной общин, а не в качестве самостоятельных человеческих существ. Это, с одной стороны, мешает человеку стать свободным творческим индивидом, самостоятельно определяющим собственную жизнь, а с другой – обеспечивает ему принадлежность к какой-то целостной структуре, позволяя занимать в ней определенное, бесспорное место. Принадлежность к «Мы» избавляет индивида от ответственности за поиск собственных решений, от мучительных сомнений, от тягостного бремени свободы. Одновременно причастность к «Мы» наделяет человека гордостью и чувством превосходства.

Другой важной особенностью социоцентрической культуры является постоянное присутствие в сознании индивида ясного, отчетливого представления о неких других, неких «Они», которые являются врагами. Собственно говоря, ощущение «Мы» как раз и возникает на базе отталкивания от «Они». Именно этим социоцентрическая культура отличается от космоцентрической. Сохраняя растворенность человека в общине, она саму эту общину резко обособляет и от всех других общин и от мира природы.

Чем могущественней, страшней, угрожающей выглядит монстр «Они», тем сильнее потребность сплотиться, раствориться в каком-нибудь «Мы».

Деление людей на «своих» и «чужих» непременно сопровождается идеей насилия. Эта идея выступает в разных вариантах. Самый примитивный связан со стремлением уничтожить «иных», «чужих», не «своих». Этому жестокому, но наивному взгляду на насилие противостоит другой, не менее жестокий, но уже менее наивный, «умудренный» пониманием бессмыслицы прямолинейного уничтожения «иных». В его основе – желание не уничтожить врага, а сделать его неотличимым от «своих», одержать не внешнюю, а внутреннюю победу. Здесь во всей красе предстает оруэлловский О’Брайен – изощренный интеллектуал, жаждущий власти над близкими.

Противопоставление «Мы» и «Они» – один из древнейших социально-психологических механизмов консолидации людских общинностей. Драматизация положения, в котором оказались «Мы» и объяснение всех бед указанием на виновника – «Они» почти неизбежно трансформирует негативные эмоции в агрессию, направленную вовне. Причем, чем больше проблем возникает в той или иной общине, спаянной социоцентрической культурой, тем острей потребность в поиске «врага».

Когда иные писатели и публицисты ищут в своей собственной среде и в обществе в целом «не наших» и винят их в ненависти, в русофобии, в преклонении перед западным образом жизни, то это очень напоминает и средневековую охоту на ведьм или поиск еретиков, и более близкие по времени тенденции поделить всех на «своих» и «чужих» («Кто не с нами, тот против нас»).

Разделение на «Мы» и «Они» может проходить по разным признакам. Самыми «популярными» в XX веке стали религиозный, классовый и национальный критерии. Для представителей такой культуры толерантность по отношению к «нашим» норма, а по отношению к «не нашим»

предательство. В рамках такой культуры поддержка, взаимопомощь, терпимость и все остальные смыслы понятия толерантность дозволительны только к точно зафиксированным «наших». Отсюда классовая ненависть, религиозная ненависть, социальная ненависть и всякие прочие вещи, которые не просто дозволительны, а обязательны, потому что «не наши» посыгают «на наших».

И третий компонент российской культуры, который ярко проявляется во всех наших отношениях и в журналистике в том числе, я называю **эгоцентрической культурой**. Эгоцентрическая культура характеризуется стремлением к самоутверждению личности, к радости потребления и созидания, к власти над другими. Этот тип культуры связан с представлением о том, что каждый человек – кузнец своего счастья, а счастье заключается в обладании. «Ты должен непрерывно идти вперед и испытать свое счастье» – вот первая заповедь носителя эгоцентрической культуры. Все другие люди, занимающиеся тем же делом, что и данный индивид, рассматриваются им как конкуренты.

Однако будучи ориентированным на самого себя, стремясь к достижению своих личных целей, представитель эгоцентрической культуры должен постоянно помнить, что окружающие его люди точно также думают только о себе. Поэтому, чтобы достигнуть своих целей, индивид должен учитывать и использовать интересы других. Это может происходить во вполне пристойных формах, теоретиком которых выступал Д. Карнеги; может приобретать более манипулятивный характер (суть отношений – услуга за услугу – от этого не меняется). Следствием такой эгоцентрической ориентации может стать потеря индивидом своей индивидуальности.

Вместе с тем, эгоцентрическая культура стимулирует процесс индивидуализации, направленный на расширение свободы мысли, эмоций и действий. Но при этом возникает чувство одиночества и тревоги, теряется ощущение идентичности с другими людьми. Прогрессирующее отделение от «других» может привести к изоляции. Потеря первичных уз с «Мы» превращает свободу в невыносимое бремя: она становится источником сомнений. И тогда возникает сильная тенденция избавиться от такой свободы: уйти в подчинение или найти какой-то другой способ связываться с людьми и миром, чтобы спастись от неуверенности даже ценой свободы. Однако возможен и иной путь.

Как полагает Э. Фромм, при условии, что человек окажется в состоянии развить в себе внутреннюю силу и творческую активность, он может прийти к принципиально новой близости, солидарности со всеми людьми. Другими словами, эгоцентрическая культура имеет два пути своего развития: хищнический и гуманистический.

Эгоцентрическую культуру иногда называют западной культурой, прибавляя при этом, что нам ее импортировали (иногда даже говорят – имплантировали). На самом деле это естественный результат приспособления человека к определенным условиям бытия, и для России он столь же естественен, как и для других стран.

Следует подчеркнуть, что обозначенные выше типы культуры – это идеальные модели, практически не встречающиеся в чистом виде. Они

образуют три вектора того пространства, в пределах которого самоорганизуются реальные культуры, представляющие собой своеобразные «сгущения», «облака» с относительно плотным ядром и разреженными «оболочками». Речь идет о преобладании – большем или меньшем – одного из типов. И в этом смысле можно говорить об европейско-американской, азиатской, российской и множестве других – реальных и возможных – культур. Вместе с тем практика показывает, что каждое из этих «сгущений» тяготеет к одному из обозначенных выше идеальных типов.

В частности, если обратиться к анализу западной культуры, оказавшей и продолжающей оказывать сильнейшее влияние на умы и сердца многих образованных россиян, в том числе и журналистов, то трудно не заметить в ней противоречивого синтеза космоцентрической и эгоцентрической культур при безусловном приоритете последней. Результатом этого синтеза явились три основных элемента, на которых покоится западная культура: уважение к собственности, уважение к правам человека, уважение к правовым институтам общества.

Разумеется, внутри западной культуры существуют различные подвиды и варианты. В частности, Э. Фромм указывает на влиятельность культуры, которую он называет языческой и в рамках которой активно провозглашается идея превосходства одного народа над всеми другими, и одного человека (внутри данного народа) над другими людьми.

Целью жизни в рамках языческой культуры объявляются гордость, власть, слава, богатство и другие атрибуты господства, а средствами достижения этих целей – завоевание, грабеж, разрушение, победа.

Особенностью другого варианта западной культуры – технократизма – является абсолютная уверенность в возможности реализовать некую грандиозную техническую утопию, превратив природу и общество в единую космическую машину, управляемую из одного центра. Есть основания полагать, что технократическая культура с ее культом силового, грубого вмешательства в естественные процессы бытия есть одна из производных форм существования и проявления каких-то более фундаментальных комплексов основных представлений о мире, названных нами социоцентрической и эгоцентрической культурами. Об этом говорит хотя бы тот факт, что технократическая цивилизация активно развивается и на Западе, где господствует эгоцентрическая культура, и на Востоке (Япония, Корея, а теперь уже Китай, Индия), где доминирует социоцентрическая культура.

В противовес западной культуре, которая опирается на веру в познаваемость мира и в возможность этим миром управлять, достигая своих земных целей, человечество выработало и продолжает поддерживать противоположный тип культуры, носители которого уверены, что исторический процесс настолько сложен, что человек в принципе его познать не может, а уж тем более не способен им управлять. Этот тип культуры обычно обозначают понятием «азиатская». Это конечно не совсем верно. Вообще географические привязки в данном случае безнадежно устарели, поскольку носители и выразители всех типов культуры встречаются в настоящее время во всех регионах мира.

Говоря о различиях между западной и азиатской культурами, не следует доводить идею этого различия до абсурда. Существует множество переходных вариантов и даже есть весьма влиятельные научные школы, разрабатывающие тему так называемого «евразийства».

Что касается российской культуры, то она – и об этом свидетельствуют бесчисленные данные – формировалась в период тотального разложения и вытеснения космоцентрической культуры (оставившей своей преемнице в наследство легкие, еле заметные отблески былых сокровищ), под могучим влиянием социоцентрической культуры, при резком неприятии всего, что связано с эгоцентризмом.

Естественность космоцентрических вкраплений становится очевидной, если принять во внимание, что основу деревенской русской культуры, как свидетельствуют работы многих исследователей, составляла преимущественно космоцентрическая культура.

Вместе с тем, социоцентрическая культура тоже не свалилась на россиян неведомо откуда. Этот культура медленно, но неуклонно вырастала из космоцентрической культуры. А. Амальрик, исследуя взгляды и представления россиян, писал: «Русскому народу, в силу ли его исторических традиций или еще чего-либо, почти совершенно непонятна идея самоуправления, равного для всех закона и личной свободы – и связанной с этим ответственности. Даже в идеи прагматической свободы средний русский человек увидит не возможность для себя хорошо устроиться в жизни, а опасность, что какой-то ловкий человек хорошо устроится за его счет. Само слово “свобода” понимается большинством народа как синоним слова “беспорядок”, как возможность безнаказанного совершения каких-то антиобщественных и опасных поступков. Что касается уважения прав человеческой личности как таковой, то это вызовет просто недоумение. Уважать можно силу, власть, наконец, даже ум или образование, но что человеческая личность сама по себе представляет какую-то ценность – это дико для народного сознания. Мы как народ не пережили европейского периода культа человеческой личности, личность в русской истории всегда была средством, но никак не целью. Парадоксально, что само понятие “период культа личности” стало у нас означать период такого унижения и подавления человеческой личности, которого даже наш народ не знал ранее».<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Амальрик А. Просуществует ли Советский Союз до 1984 года // Огонек. – 1990. – № 9. – С. 20.

На мой взгляд, существует отчетливая зависимость между отношением к правам человека и уровнем толерантности социальной системы. Для европейца и американца его права и свободы являются общественно признанным пространством личностной самореализации. Поэтому посягательство кого-либо на его права является для европейца или американца тягчайшим преступлением. В правовом пространстве России также существуют нормы, согласно которым права и свободы человека неотчуждаемы и принадлежат каждому от рождения (статья 17 часть 2 Российской Конституции), а государство гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а

Даже такая привлекательная идея, как справедливость, на практике, констатирует А. Амальрик, оборачивается желанием, «чтобы никому не было лучше, чем мне». (Но это не пресловутая «уравниловка», так как охотно мирятся с тем, чтобы многим было хуже.) Эта идея оборачивается ненавистью ко всему из ряда вон выходящему, чему стараются не подражать, а наоборот – заставить быть себе подобным, ко всякой инициативе, ко всякому более высокому и динамичному образу жизни, чем живем мы. Конечно, наиболее типична эта психология для крестьян и наименее – для «среднего класса». Однако крестьяне и вчерашние крестьяне составляют подавляющее большинство нашей страны».

Социоцентризм «подарил» российской культуре стремление к равенству всех индивидов внутри данной общности. В равенстве многие видели священный и окончательный принцип высшей справедливости, решение всех проблем, венец истории. Но именно реализация идеи равенства привнесла нашей стране в XX веке самые большие несчастья и неудачи.

И, наконец, следует отметить то обстоятельство, что в результате страшных потрясений, начатых гражданской войной и продолжавшихся в течение десятилетий, 160 миллионов человек были истощены из своих традиционных культурных систем, преимущественно сельских, и насилием «вброшены» в города, где некому было помочь им освоить другую, городскую культуру, казавшуюся непонятной и враждебной.

Маргиналы, люмпены и люди, прошедшие ужасную школу тюрем и лагерей, также существенным образом влияли на культуру отношений. Результатом всего этого стало явление, именуемое «советский человек», характеризуя которого, А.Д. Сахаров писал: «Идеология советского мещанина (я говорю о худших, но, к сожалению, довольно типичных и для

---

также других обстоятельств (статья 19 часть 7), и, следовательно, каждый должен относиться к этим правам с уважением, пониманием и т.д. Однако на практике для россиянина его права и свободы есть нечто внешнее, нечто такое, что ему дано любезным отечеством или добрым барином и что в любой момент может быть отнято без объяснения причин.

Европеец и американец знают, что при столкновении различных индивидов неизбежно появляются конфликты и их как-то надо разрешать. И, чтобы не упасть в грязь лицом, лучше, если каждая из конфликтующих сторон будет терпима и снисходительна, то есть толерантна к другому. Эта толерантность, как правило, вознаграждается приличным компромиссом и уважением противников и сограждан. Россиянин знает, что мягкость, терпимость, снисходительность будут расценены противной стороной (а также друзьями и союзниками) как трусость и мягкотелость.

Таким образом, развитие толерантности есть функция от развития прав человека. Чем глубже проникнет в толщу национальной ментальности идея неотчуждаемости личных прав и свобод, тем толерантней будет общество и все его структуры. Те преобразования, которые происходят в России в последние годы, еще не настолько глубоко затронули ментальные основы человеческого поведения, чтобы мы могли говорить о действительной перестройке поведенческих стереотипов. И нынешняя ситуация в российском обществе мало способствует развитию толерантности. Мало кто верит в стабильность происходящих процессов, и все ждут чего-то и ждут, как правило, чего-то плохого. Понятно, что эти «тревожные ожидания» создают тот специфический климат всеобщего недоверия, в котором не может произрастать древо общественного согласия и терпимости.

рабочих и крестьян, и для широкой интеллигенции) состоит из нескольких несложных идей:

1. Культ государства, в котором соединяются в разных комбинациях преклонение перед силой, наивная уверенность, что на Западе хуже, чем у нас, благодарность “благодетелю” государству и в то же время страх и лицемерие.

2. Эгоистическое стремление обеспечить свое и своей семьи благополучие, “живя, как все”, – с помощью блаты, воровства, покрываемого начальством, и обязательного лицемерия...

3. Идея национального превосходства. Тяжелые исторические и погромные формы принимает она у некоторых русских, но и не только у них. Как часто приходится слышать – тратимся на этих черных (или желтых) обезьян, кормим дармоедов. Или – во всем виноваты эти евреи (или русские, грузины, чучмеки – то есть жители Средней Азии).<sup>36</sup>

Накопленный в современной науке и публицистике материал позволяет вычленить следующие наиболее общие характеристики сложного явления, обозначенного понятием «современная бытовая культура межличностных отношений».

**Отказ от личностности, индивидуальности, самостоятельности в сфере производственной и общественно значимой деятельности и сознательное «растворение» себя в каком-нибудь «Мы» – реальном или вымыщенном.**

В условиях, когда объективный ход исторического процесса все настойчивее подталкивает людей к переходу от социоцентрической к эгоцентрической культуре, страх перед последствиями такого перехода, страх перед тотальным одиночеством приводит к тому, что миллионы людей стремятся обрести новое, хотя бы иллюзорное «Мы». Речь идет о стремлении “обрести предков”, создать свою генеалогию. Скептическое отношение к любым генеалогиям, господствовавшее ранее в официальной идеологии, сменилось в нынешней публицистике восторженным воспеванием людей, имеющих генеалогию, или стремящихся ее обрести.

Но там, где есть «Мы», там обязательно есть «Они». Многие до сих пор искренне верят в то, что для российской культуры нехарактерен racism и ксенофобия. Однако это не так. Большинство россиян четко делит представителей различных народов, социальных и конфессиональных групп на наших и не наших.

**Подозрительность и агрессия по отношению ко всем, кто не «Мы».**

Выше уже говорилось о том, что характерная особенность социоцентрической культуры – постоянное ощущение вражеского окружения. Это в полной мере присуще бывшей советской и современной российской культуре, носитель которой все время помнит, что “враг не дремлет!”. Отсюда стремление быть начеку, не давать врагу возможности узнать что-нибудь о нас и стараться тайно узнавать все о врагах. Отсюда шпиономания, сверхсекретность.

---

<sup>36</sup> Сахаров А.Д. Символ веры // Литературная газета. – 3.10.1990.

Вынесение врага за рамки социума, его демонизация в контексте мирового заговора – очень характерные приемы и, более того, основы мышления значительной части наших современников, которые в принципе не способны к признанию собственных ошибок. Ведь раскаться – значит перестать требовать что-либо от кого-то, перестать завидовать и искать виновных. А в нашей природе – постоянное перекладывание вины на кого-то, на те или иные внешние причины и силы. Вся наша история – поиск и озлобленная война с виноватыми, если их удавалось найти.

### **Недоверие к материальному благополучию, зависть к богатым.**

Из всего богатства христианского вероучения российская (а впоследствии советская культура) восприняла в качестве одного из своих краеугольных камней положение о том, что «легче верблюду пройти сквозь игольное ушко, нежели богатому войти в царствие небесное». Проникновение в Россию во второй половине XIX века социалистических учений лишь помогло артикуляции народного неприятия богатства, частной собственности (а заодно и прав личности, противопоставляющей себя большинству) и многих других, естественных для западной цивилизации ценностей.

И сегодня многие полагают, что бедным быть, в принципе, «нормально». Самое неприятное для этих людей заключается не в том, чтобы влечь жалкое существование, а в том, чтобы быть хуже людей: «Ну и что ж, что бедны, – живем, как все». «Как все» можно жить на любом, сколь угодно низком уровне. То есть речь снова идет о постоянном стремлении быть среди «своих», но в качестве своих предпочтительнее «бедные», ибо пребывание в бедности позволяет, во-первых, не очень напрягаться, во-вторых, чувствовать себя более духовным и близким Богу.

Эта точка зрения: нищета есть духовность, благополучие есть бездуховность – достаточно популярна в среде российских публицистов определенного толка. Отсюда – новый виток изоляционизма и мессианства. Отсюда – фантастическая модель будущей России как оплота нравственности в мире бездуховного чистогана. Отсюда – «русский» ответ на вопрос «Что делать?»: стать духовниками, нравственными путеводителями человечества, направивши все сердце на stoическое неприятие тотальной власти денег.

Но с другой стороны, изнанкой такого подхода являются чрезвычайная популярность различных лотерей, игральных автоматов, мультфильмов про некоего Емелю, который сидит на печке (в то время как его братья работают в поле) и ждет удачи (и непременно дожидается, поскольку именно ему как раз и улыбается счастье). И если внимательно всмотреться в это противоречие, становится понятным, что богатство – само по себе не предосудительно; предосудительно бороться ради материального благополучия, проявлять инициативу, экономить, копить. И это тоже – характерный штрих в общей картине нашей культуры.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Как пишет по этому поводу Татьяна Толстая «В России все хотят разбогатеть, но не любят разбогатевших. Причем не только запредельно и вызывающе богатых, не только очевидно живущих на неправедные средства, но любого, кто, у всех на глазах тяжко труждаясь на незавидной работе, накопил себе денежек и покупает, ест

### **Неуважение к праву, правовым институтам общества.**

Выше говорилось о том, что характерная черта западной культуры – уважение к праву и правовым институтам. У нас – все, наоборот. Очень многие люди убеждены в правомерности насилия и вообще криминального поведения (если есть возможность как-то его оправдать).

Такое положение, разумеется, сложилось не вчера. С.С. Аверинцев показал, что разница между западной культурой, опирающейся на католическую традицию, и византийско-русской культурой, выросшей из православия, отчетливо выражается в отношении к закону. Западная культура опиралась на представление о том, что все индивиды находятся в некотором пространстве величного закона, который и регулирует отношения между ними, а для русской культуры характерно требование, чтобы все отношения между людьми регулировались чистыми чувствами, без всякой опосредованной роли закона.

Запад рассудочнее, рациональнее, опытнее; боясь греховной человеческой души, он пытается ограничить человека рамками условностей. Не доверяя человеческой природе. Запад дает возможность каждому человеку установить необходимую дистанцию, своеобразный «санитарный кордон», препятствующий излишней близости, охраняющий человека от фамильярности, предпочитая жизнь достойную, без опасного раскрепощения, приводящего к непредвиденным последствиям. Россия всегда верила в естественного человека и пыталась его раскрыть, раскрепостить, развязывая вместе с другими узлами и самые дурные инстинкты, страдая от этого, мучаясь, но в этом страдании, мучении живя страстно и безоглядно.

Далеко не случайно Достоевский ненавидел самый дух морали контракта, в котором угадывал суть западного мироощущения, считал его безнадежно несовместимым с христианской братской любовью и даже поминал в связи с ним весы в руке третьего апокалиптического всадника – образ скаредной меры, отмеривающей ровно столько и не больше.

Отечественная журналистика демонстрирует множество примеров того, к чему приводит эта ориентация не на правовые, а на страстно-личностные способы разрешения конфликтов.

### **Постоянная неуверенность, растерянность, фрустированность.**

Эта особенность советского (а ныне российского) человека хорошо известна каждому, кому приходилось сравнивать наших соотечественников с представителями западной культуры. Разница в поведении определяется тем, что частная жизнь правопослушного гражданина в США неприкосновенна. Более того, все правительственные учреждения, в том числе и правоохранительные, обязаны всесторонне информировать население о своей деятельности. У нас же несмотря на то, что задача правоохранительных органов формально состоит в том, чтобы охранять права граждан, именно эти органы вызывали и вызывают у людей наибольший страх. Причиной тому не только история страны, но и правовая безграмотность:

---

или строит... **Деньги в сознании русского человека – это зло, но зло вожделенное;** сознавая, что мы вождемся дурного, мы стыдимся, убеждаем себя и других, что вовсе мы этих денег не хотим, что это просто так, деваться некуда, а так мы ни-ни». Аргументы и факты, № 5 январь 2002 г.

незнание прав и обязанностей граждан по отношению к правоохранительным органам и, наоборот, прав и обязанностей органов по отношению к гражданам.

### **Фатализм, переходящий в нигилизм.**

Еще одной особенностью российской культуры является глубокий фатализм. Фаталист – это человек, полагающий, что существует некий самодействующий механизм (будь то механизм счастья, социального устройства, судьбы и т.д.), который так или иначе, но обязательно «вмешивается» в его жизнь. Человек, думающий о своем месте в мире и личном достоинстве, напротив, исходит из того, что всегда есть возможность самореализации, что она зависит только от него, от его собственного труда и духовного усилия, направленных на освобождение и развитие его личности.

Этот фатализм проявляется в ставших нарицательными русской безответственности и непрактичности.

Совершенно очевидно, что предъявленный выше список качеств культуры, влияние которой на поведение современного россиянина, бесспорно, далеко не полон и не системен. Я и не ставил перед собой цель дать исчерпывающее описание данного феномена. Эта тема еще ждет своих исследователей. Моя задача значительно скромнее – определить некоторые существенные особенности той культуры, под непрерывным воздействием которой мы живем.

Есть все основания полагать, что культура в том ее виде, в котором она представлена выше, начинает разрушаться. Ей на смену идет новый духовный инструментарий, основой которого явится, скорее всего, эгоцентрическая культура. Отмечавшаяся многочисленными исследователями как в нашей стране, так и за рубежом склонность россиян к коллективизму, социальной справедливости, уравнению доходов – в настоящее время распадается. В действительности в стране преобладает оголтелый индивидуализм, являющийся естественной реакцией на насильственный колlettivizm. Маятник «коллективизм-индивидуализм» сейчас резко качнулся в сторону индивидуализма, и поскольку баланс пока не найден, уравновесить эти крайности попросту нечем.

Безусловно, у определенных социальных групп эгоцентрическая культура начинает доминировать. Однако носители других типов культурных кодов тоже не сдаются позиций. Они всячески противятся формированию и развитию культуры, центрированной вокруг идеи человеческой, индивидуальной суверенности. Более того, можно наблюдать совершенно невероятный импульс к тому, что можно назвать новой колlettivизацией сознания. Причем если в советские времена колlettivизация была насильственной, то сейчас речь идет о колlettivизации добровольной, что в какой степени ставит вопрос о том, действительно ли прежняя колlettivизация была такой уж насильственной. Под лозунгом «Создадим в России гражданское общество» люди объединяются в самые экзотические структуры.<sup>38</sup> В прессе уже отмечалось, что место великого и могущественного

---

<sup>38</sup> Хочу быть правильно понятым. Я не против гражданского общества и не против права людей объединяться по интересам. Я только полагаю, что наличие множе-

«Мы» тоталитарной империи теперь заняло «Мы» религии, национализма, демократии, антикоммунизма. Каждое из этих «Мы», заряженное энергиейми собственной правды и нетерпимости, как и прежде, манипулирует языком абсолютных категорий и всеобъемлющих идеологий. Изменились лишь священные пароли: теперь ими стали «духовность», «традиции», «права человека».

Все сказанное выше понадобилось для того, чтобы констатировать, что российская культура просто проходит тот цикл развития, который двести лет назад прошли другие культуры. Мы ушли от космоцентризма, дошли до социоцентризма, побыли в нем и теперь плавно переходим в эгоцентризм. Понятно, что развитие на этом не остановится и когда-нибудь, если верить Гегелю, мы на новом уровне вернемся к космоцентризму. Но это уже другая проблема. Сейчас же мы должны констатировать, что названные выше три составляющие российской культуры находятся в постоянном конфликте, что является основой интолерантности подавляющего большинства наших людей.

### Вопросов больше, чем ответов

Таким образом, главный вывод из всего вышесказанного может быть сформулирован следующим образом: проблема толерантности есть часть более широкой проблемы культурных матриц взаимодействия людей. Поэтому расширение сферы толерантного взаимодействия предполагает решение ряда взаимосвязанных задач: изменение самой социально-экономической реальности с целью сделать ее более ясной, прозрачной, умопостигаемой индивидуальным сознанием; обеспечение перехода от репрессивной культуры коммуникации к диалогической;<sup>39</sup> формирование рефлексивной, рациональной личности.<sup>40</sup>

---

ства объединений граждан не имеет никакого отношения к гражданскому обществу, конституирующей идеей которого является идея суверенного ответственного гражданина.

<sup>39</sup> Существуют разные подходы к изучению диалога, что объясняется многообразием форм диалоговых отношений. В середине XX в. идея диалога вошла в проблемное поле философского мышления и неуклонно расширяет сферу своего влияния – от первых подступов к ее осмысливанию в 20-е годы в работах Бубера и Бахтина на ограниченном пространстве этических и эстетических проблем до определения М. Бубером самого человеческого бытия «как диалогической жизни», определения последователем М. Бахтина В. Библером законов мышления как «диалогики», описания психологами процессов, протекающих в нашем сознании как «внутреннего диалога», выявления лингвистами диалогической природы человеческой речи, трактовки М.С. Каганом диалога как оптимальной формы духовного общения людей – в реальной жизни. Как указывал С.Л. Рубинштейн в работе «Проблемы общей психологии», общение может быть и спором идейных противников, но при том непременном условии, что целью спора является не обмен информацией и не подчинение одного оппонента другому, а совместный поиск неющей общей позиции, отчего столкновение и борьба мнений становится диалогом, а его участники – партнерами. «Общение – это процесс выработки новой информации, общей для общающихся людей и рождающий их общность».

<sup>40</sup> В теоретической работе «Мышление в образовании» Липман так определил цель рефлексивного образования: «Научение молодых людей навыкам разумности с тем, чтобы в дальнейшем они стали разумными гражданами, разумными

Какую-то роль в этом процессе могут сыграть и средства массовой информации. При условии, что сами журналисты будут овладевать новой профессиональной культурой, которая отвечала бы нынешнему этапу развития России. Вероятно, можно воспользоваться американской концепцией гражданской журналистики, которая хорошо ложится на российские традиции, связанные с журналистикой народничества, качественной журналистикой эпохи Анатолия Аграновского и т.п. А может быть, мы сумеем выработать какую-то свою концепцию новой журналистики. Но ясно одно: нынешняя российская журналистика, ориентированная на рыночные стандарты профессионального поведения, возвращает аудитории характерные для массового поведения интолерантные формы взаимоотношений с «иными», «чужими», «пришлыми». При этом у представителей этой профессиональной ориентации железное алиби: «Почему журналистика должна быть лучше своей аудитории?», «Мы просто отражаем жизнь такой, какая она есть» и т.д. Такая журналистика, не имеющая отчетливого представления о новых смыслах профессии, плохой помощник в деле формирования толерантности.

Что касается средств массовой информации, то следует обратить внимание на две проблемы. Во-первых, подготовка журналистов, которые должны рассматривать себя как производителей и трансляторов не только сведений и идей, но и культурных кодов. Исследование, о котором шла речь выше, показало, что большая часть журналистов ориентированы не на изменения, не на развитие культуры, а на ее сохранение, консервацию, а иногда и реставрацию отживших культурных кодов. Значительная часть опрошенных журналистов считает, что государство должно поддерживать лишь ту культуру, которая ориентирована на воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе патриотизма, державности, национального достоинства. Идея придания государственной культурной политике сознательно мультикультурного звучания пока не находит в душах опрошенных журналистов горячего отклика. Ни один из опрошенных не отметил, что государство должно каким-либо образом стимулировать взаимодействие культур или защищать право граждан на право выбора модели культурного развития. Максимум, о чем иногда говорилось, о поддержке этнических культур.

---

партнерами, разумными родителями». В этом определении акцент сделан на развитии навыков разумного мышления и поведения, а не на накоплении знания (информации), как это присуще традиционной парадигме образования. Конечно, традиционное школьное образование тоже тренирует мыслительные навыки, необходимые для чтения, письма, говорения, слушания, математических операций, эксперимента. Однако оно практически ничего не делает для развития навыков обоснованного, аргументативного, логически корректного рассуждения, умения мыслить самостоятельно и критично, т.е. рефлексивно и саморефлексивно, творчески и контекстуально. В результате в мышлении получается перекос: учащиеся на практике не в состоянии пользоваться полученным знанием. Хуже того, у них не развитыми остаются способности решения моральных проблем, межличностных конфликтов, социального общения.

Во-вторых, необходимо отказаться от лобовых, грубых схем воздействия на общественное мнение и массовое сознание и перейти к более тонким, научно обоснованным технологиям вовлечения населения в обсуждение различных подходов к взаимодействию людей. К сожалению, большинство специалистов, искренне озабоченных идеей внедрения толерантности в жизненную практику, рассматривают общественное мнение как прямолинейную реакцию населения на материалы, появившиеся в СМИ. Отсюда наивная убежденность в том, что если СМИ будут правильно писать о проблемах толерантности, то общественное мнение будет таким, как этого хочется тем, кто инициирует соответствующие статьи. Думается, что все обстоит гораздо серьезнее и проблема прячется гораздо глубже, чем кажется на первый взгляд.

Надо понимать, что общественное мнение есть отклик массы людей на те импульсы, которые так или иначе связаны с болевыми точками общества и составляющих его индивидов. Толерантность пока еще не стала действительной болевой точкой широких масс.

Это не значит, что на общественное мнение вообще нельзя повлиять. Безусловно, средства массовой информации могут повлиять на массовые настроения, мнения и даже интересы, но при ясном понимании особенностей и законов формирования общественного мнения. Но это уже тема для другого разговора.

*Фрагмент статьи «Культура, журналистика, толерантность». Опубликована в сборнике «Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия: материалы международной конференции». – Екатеринбург, 2002.*

# ТОЛЕРАНТНОСТЬ И МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМ КАК ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И УСТАНОВКИ ПРАКТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ

*(И.М. Дзялошинский)*

## Предисловие

В этой статье предпринята попытка обобщить эмпирический материал, который был получен в ходе реализации большого проекта «Российская пресса: учимся освещать проблемы мультикультурализма», который Независимый Институт коммуникативистики выполнил в 2001 году при финансовой поддержке Института «Открытое общество» (Фонд Сороса). Главной целью проекта было вовлечение журналистского сообщества в обсуждение проблем, связанных с сосуществованием в России множества различных культур, поиском путей равноправного развития различных культур, преодоления дискриминации различных групп населения во всех сферах общественной жизни, обеспечения равных шансов при трудоустройстве и получении образования, отмены скрытых и явных препон в административной карьере и т. д.

Актуальность выполненного Независимым институтом коммуникативистики проекта обусловлена тем, что в настоящее время для многих россиян характерны ненависть к приезжим, желание «очистить Россию от иностранной скверны», искоренить «нетрадиционные религии» и фундаменталистов и т.д. Участились проявления нетерпимости, насилия, терроризма, ксенофобии, агрессивного национализма, расизма, антисемитизма, отчуждения, маргинализации и дискриминации по отношению к национальным, этническим, религиозным и языковым меньшинствам, беженцам, рабочим-мигрантам, иммигрантам и социально наименее защищенным группам в обществах. Есть факты насилия и запугивания в отношении отдельных лиц, осуществляющих свое право на свободу мнений и выражение убеждений.

Оказалось, что российские СМИ, регулярно освещающие в определенном ключе вопрос о «лицах кавказской национальности», энергично поддерживающие участников различных этнических и конфессиональных конфликтов и попутно внедряющие в сознание людей негативные стереотипы, вносят свой вклад не только в формирование бытового расизма, но и в оправдание действий различных структур, проводящих дискриминационную политику.

Основное отличие этого проекта от множества других, посвященных проблемам этнической и прочей толерантности, заключается в том, что проект предполагал не просто активизацию деятельности журналистов по формированию в российских регионах «системы иммунитета» к этнической и национальной агрессивности, но и был направлен на стимулирование интереса журналистов к доктринальным, концептуальным основам

культурной политики властей как на уровне Российской Федерации в целом, так и на уровне конкретных субъектов Федерации. Авторы проекта стремились обеспечить с помощью журналистов прозрачность процесса принятия решений в сфере культурной политики, функционирования и взаимодействия национально-культурных автономий.

Акцент на понятии «мультикультурализм»<sup>41</sup> был сделан потому, что проблемы мультикультурализма для России чрезвычайно важны. Есть настоятельная необходимость бороться за то, чтобы не только на межличностном уровне, но и на уровне управленческой практики, включая деятельность органов правопорядка, различные социальные структуры, и прежде всего органы власти, обеспечивали уважение прав человека и основных свобод для всех, без различия по признаку расы, пола, языка, национальной принадлежности, религии или состояния здоровья. На государственном уровне такой подход требует справедливого и беспристрастного законодательства, соблюдения правопорядка и судебно-процессуальных и административных норм, предоставления каждому человеку возможностей для экономического и социального развития без какой-либо дискриминации.

Мультикультурализм, имеющий на Западе богатую аналитическую и практическую традицию, в России известен плохо. Так, около половины региональных журналистов, участвовавших в семинарах по мультикультурализму, признались, что вообще впервые слышат это слово. Хотя на русском языке существует довольно богатая литература по этой проблематике. В том числе и в интернете.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Этим понятием обычно обозначают комплекс идей и действий различных социальных субъектов (государственных и иных организаций), направленных на равноправное развитие различных культур, преодоление дискриминации различных групп населения во всех сферах общественной жизни, обеспечение равных шансов при трудоустройстве и получении образования, отмену скрытых и явных препон в административной карьере и т. д. Другими словами, мультикультурализм означает содействие сосуществованию различных культур в одной стране. Все это дает основание для вывода о том, что мультикультурализм представляет собой не просто психологическую особенность или этическую доктрину, но и определенную политическую программу, государственную политику, характерную для государства, стремящихся способствовать формированию открытого общества. Таким образом, толерантность и мультикультурализм представляют собой тесно связанные, но не идентичные понятия. Предлагаемый проект как раз и был направлен на вовлечение регионального журналистского сообщества России в обсуждение проблем, связанных с сосуществованием в России множества различных культур.

<sup>42</sup> Владимир Малахов. Культурный плюрализм versus мультикультурализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.iicas.org/articles/library/libr\\_rus\\_07\\_05\\_01\\_p.htm](http://www.iicas.org/articles/library/libr_rus_07_05_01_p.htm); Роль национального образования в процессе самоидентификации этносов г. Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.earthburg.ru/php/process.php?lang=&c1=10&id=1&file=lucky.htm>; Цюрхер Х. Мультикультурализм и этнополитический порядок: некоторые методологические замечания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.politstudies.ru/archive/1999/6/12.htm>; Габрусенко Т. О мифах мультикультурализма в Австралии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.russ.ru/ist Sovr/tour/20011119\\_gabr.html](http://www.russ.ru/ist Sovr/tour/20011119_gabr.html); Куликова Э.

В семинарах по мультикультурализму, которые проводились в рамках названного выше проекта, принимали участие около 150 журналистов.

Таблица 1

**Характеристика участников семинаров и круглых столов**

Пол	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
Мужчины	35,2	38,9	41,7	36,7	48,6	42,1	37,2	39,6
Женщины	64,8	61,1	58,3	63,3	51,4	57,9	62,8	60,4

Возраст	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
До 21 года	0	5,6	0	0	0	0	24,8	11,0
22-34 года	35,0	22,2	41,7	41,0	35,7	26,3	50,1	37,8
35-55 лет	45,0	66,7	58,3	48,0	57,1	68,4	25,1	45,7
Больше 55 лет	20,0	5,6	0	11,0	7,1	5,3	0	5,5

Образование	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
Среднее, среднее специальное	0	0	0	6,7	0	0	0	0,8
Высшее журналистское (в т.ч. незаконченное)	30,1	55,6	41,7	33,3	21,4	47,4	100,0	52,8
Высшее гуманитарное (в т.ч. незаконченное)	59,9	44,4	58,3	46,7	50,0	52,6	0	40,2
Высшее техническое (в т.ч. незаконченное)	10,2	0	0	20,0	28,6	15,8	0	9,4
Ученая степень	14,8	0	0	0	14,3	5,3	0	4,7

Должностной статус	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
Руководитель	40,0	50,0	25,0	26,7	50,0	47,4	23,4	32,4
Рядовой работник	60,0	44,3	75,0	66,7	50,0	47,4	76,6	67,6

Межнациональная коммуникация: к мультикультурализму или от него? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.relga.rsu.ru/n58/cult58\\_2.htm](http://www.relga.rsu.ru/n58/cult58_2.htm)

Каждый из участников проекта заполнял анкету входного контроля, в которой были сформулированы три группы вопросов. Целью первой группы вопросов было выяснение уровня понимания основных категорий, которые были предметом обсуждения. Вторая группа вопросов была посвящена выяснению отношения участников проекта к проблеме влияния государства на культурные процессы<sup>43</sup>. Третья группа вопросов была направлена на выяснение мнений журналистов по поводу информированности общественности о ситуации в культурном пространстве и той роли, которую должна играть пресса, выступающая в качестве субъекта культурного процесса.

Ниже приведены некоторые результаты анкетирования, а также основные выводы, сделанные на основании этих результатов.

### Культура как пространство смыслов

Учитывая, что на деятельность журналиста влияют его глубинные представления о тех или иных явлениях действительности (и определяемое этими представлениями отношение к явлениям действительности), в ходе исследования была предпринята попытка выяснить, какие смыслы вкладывают участники семинаров в такие понятия как «культура», «национальная (этническая) культура», «мультикультурализм». Для получения необходимых результатов был использован метод неоконченных предложений<sup>44</sup>. Респондентам предлагалось закончить предложения «Культура – это...», «Национальная культура – это...», «Мультикультурализм – это...». Характеризуя полученные ответы, следует прежде всего указать, что значительная часть формулировок имела расплывчатый, неконкретный характер. Вот лишь несколько примеров:

#### Культура – это...

- возделывание (лат.);
- все прекрасное в человеке;
- все, что выработано и создано человечеством на протяжении истории;
- все, что создал человек, перестав быть обезьяной;

---

<sup>43</sup> Мне уже приходилось писать о том, что толерантность и мультикультурализм представляют собой не просто концепты теоретического знания, но и элемент определенной культуры жизни, определенной культуры поведения. Следовательно, вопрос о существовании той или иной государственной культурной политики и особенно о том, как эта политика воспринимается и осмысливается профессиональным сообществом журналистов имеет не только теоретический, но и вполне прикладной смысл.

<sup>44</sup> Суть этого метода заключается в создании экспериментальной ситуации, представляющей испытуемому возможность обозначить свои интерпретации обозначенных понятий. Понятно, что этот метод, как и многие другие, не обеспечивает стерильной чистоты результатов, поскольку на высказывания индивида влияют многие ситуационные факторы: инструкции организатора опроса, личность экспериментатора, состояния участников исследования и т. д. Кроме того, существует проблема интерпретаций полученных данных. Однако, несмотря на все эти особенности, метод неоконченных предложений дает большие возможности для понимания глубинных, иногда неосознаваемых представлений людей.

- вторая действительность, созданная человечеством на протяжении всей истории его существования;
- «вторая природа», сотворенная человеком среда обитания;
- главное связующее звено между людьми, коллективами, странами, народами;
- духовное пространство, объединяющее людей;
- духовность (религия), язык, искусства;
- духовность, нравственность, осознание себя человеком и членом общества;
- духовные ценности;
- душа и разум истории народа;
- единственный ТВ-канал, который можно смотреть не переключая;
- законы, принципы, устои;
- мера человеческого в человеке;
- музыка, спорт, общение, архитектура и т.д., и т.п.;
- накопление духовных и материальных ценностей;
- опыт человечества, система духовных и материальных ценностей;
- память;
- понятие, которое каждый формулирует по-своему, в зависимости от степени образованности;
- система духовных, интеллектуальных, душевных оснований жизни народа и отдельного человека;
- система нравственных ценностей, установок, стандартов, помогающая делать человека человеком;
- система самоосознания этноса;
- совокупность взглядов, принципов, методов взаимоотношения человека с окружающим миром;
- совокупность знаний, умений, поведенческих навыков, характерных для выделенного общества;
- совокупность материальных и духовных ценностей;
- совокупность навыков, технологий, достижений науки и искусства, накопленных человечеством;
- совокупность норм (ценностей, принципов, обычая, моделей поведения, стереотипов восприятия и т.д.);
- совокупность технологий коммуникации на уровне личности, социальной и профессиональной группы, этноса, государства;
- стержень человеческой жизни;
- то материальное и духовное, что накоплено человечеством;
- форма и способ существования современного человека;
- этнические или религиозные особенности тех или иных сообществ;
- язык, традиции, духовность, знания и эрудиция, толерантность, доброжелательность.

Всего было представлено свыше 200 различных формулировок, обобщение которых позволило выделить шесть глубинных интерпретаций, охватывающих практически все пространство высказанных журналистами суждений. Группировка суждений по этим кластерам показала, что в сознании опрошенных журналистов доминируют три толкования категории «культура». В рамках одного из них культура рассматривается как

совокупность ценностей, придающих смысл человеческой жизни; в рамках другого – отношение к культуре опирается на тезис о деятельностно-функциональном значении культуры, которая рассматривается в качестве незыблемого основания деятельности, поведения и т.п. Третье – социализаторское (а иногда и прямолинейно социально-политическое) – понимание культуры выделяет, фиксирует способность культуры выступать в качестве социальной и духовной скрепы, объединяющей народы и социальные группы. Все другие интерпретации культуры встречаются существенно реже трех перечисленных (табл. 2).

Таблица 2

**Количество суждений, высказанных опрошенными, совпадающими с перечисленными толкованиями понятия «культура» (в % к числу опрошенных)**

<i>Толкование понятия</i>	<i>%</i>
Деятельностно-функциональное понимание культуры (культура как основание деятельности, поведения и т. п.)	22.9
Коммуникативное понимание культуры (культура как базовые основания для общения и обмена информацией)	5.7
Ценностное понимание культуры (культура как совокупность ценностей, придающих смысл человеческой жизни)	25.5
Социализаторское понимание культуры (культура как социальные и духовные скрепы, объединяющие народы и социальные группы)	22.3
Индикативное понимание культуры (культура есть совокупность признаков и индикаторов, позволяющих отличить один народ от другого)	7.6
Гуманитарное понимание культуры (культура есть то, что делает человека человеком)	8.9
Другое	3.8
Затрудняюсь ответить	3.2

Несколько по-иному распределились ответы участников семинаров на вопрос о том, что такое **«национальная (этническая) культура»**:

- взаимодействие людей внутри какой-либо нации;
- взгляд нации на себя, на свое будущее с учетом своего прошлого и настоящего;
- возможность понять, как мы непохожи, и что нас объединяет;
- воплощение национального сознания;
- воспитание в духе той или иной национальности, основанное на гордости за свою нацию;
- все то, что отличает одну народность от другой, что характеризует особенности сфер (областей) общественной жизни;
- все хорошее и положительное, присущее определенной национальности;
- выработанные в определенной стране варианты общечеловеческих ценностей;
- главные грани души и разума народа;
- достижения во всех сферах жизни;

- духовные и материальные ценности, традиции, присущие одной или нескольким родственным нациям;
- знание и продолжение народных обычаяев и традиций;
- знание своей истории, языка и своих видов искусств;
- культура, ограниченная рамками национальности;
- культура, окрашенная национальным языком, искусством, ремеслами, обычаями;
- культура, основанная на национальных особенностях, впитавшая, возможно, национальное мировоззрение;
- культура, позволяющая человеку сохранить причастность к общности и доказать «особость» от других этнических групп;
- менталитет и традиции, присущие определенной нации;
- национальный театр;
- национальный язык, история, традиции, музыка, литература, правила поведения;
- проявление черт поведения, воспитания, присущих какой-либо народности;
- с одной стороны – хранилище, с другой – развивающая составляющая традиций, обычаяев и верований народа;
- священный очаг народа;
- система взглядов на мир, сложившаяся у данной нации в данных экономических условиях;
- система духовных координат, позволяющая людям идентифицировать себя в рамках конкретного этноса;
- совокупность всех достижений в разных областях человеческой деятельности касательно одной нации, народа;
- совокупность достижений, неповторимо окрашенная национальным колоритом;
- совокупность национальных норм, ценностей;
- совокупность норм, характерная для конкретной нации, национальности, этноса или другой общности;
- сохранение своих традиций и истории нации, а значит, продление жизни нации;
- сохранение традиций, обычаяев, языка(!), терпимость к другим;
- специфическая, исторически сложившаяся система духовных, интеллектуальных, душевных оснований жизни нации;
- традиции, отличающие одну нацию от другой;
- часть мировой культуры;
- этническая этикетка;
- этническая – это культура этноса; национальная – это общегосударственная;
- этнокультурная доминанта каждого конкретного этноса, народа, человечества вообще;
- язык, история, традиции, обычай и история общения с соседями иной культуры.

Здесь на первое место вышло индикативное понимание культуры, рассматривающее культуру как совокупность признаков и индикаторов, поз-

воляющих отличить один народ от другого (табл. 3). Затем идет социализаторское понимание культуры (культура есть социальные и духовные скрепы, объединяющие народы и социальные группы), и на третьем месте – ценностное понимание культуры (культура есть совокупность ценностей, придающих смысл человеческой жизни).

Таблица 3

**Количество суждений, высказанных опрошенными, совпадающих с перечисленными толкованиями понятия «национальная культура» (в % к числу опрошенных)**

<i>Толкование понятия</i>	<i>%</i>
Деятельностно-функциональное понимание культуры (культура как основание деятельности, поведения и т.п.)	6.7
Коммуникативное понимание культуры (культура как базовые основания для общения и обмена информацией)	5.2
Ценностное понимание культуры (культура как совокупность ценностей, придающих смысл человеческой жизни)	20.9
Социализаторское понимание культуры (культура как социальные и духовные скрепы, объединяющие народы и социальные группы)	25.4
Индикативное понимание культуры (культура есть совокупность признаков и индикаторов, позволяющих отличить один народ от другого)	26.9
Гуманитарное понимание культуры (культура есть то, что делает человека человеком)	1.5
Другое	9.0
Затрудняюсь ответить	4.5

Такое различие в интерпретации понятий «культура» и «национальная культура» позволяет предположить, что в сознании журналистов категории «культура», будучи погруженной в различные контексты, приобретает существенно различные смыслы (табл. 4).

Таблица 4

**Сравнение суждений, высказанных опрошенными по поводу понятий «культура» и «национальная культура» (в % к числу опрошенных)**

<i>Толкование понятия</i>	<i>Культура</i>	<i>Национальная культура</i>
Деятельностно-функциональное понимание культуры (культура как основание деятельности, поведения и т.п.)	22.9	6.7
Коммуникативное понимание культуры (культура как базовые основания для общения и обмена информацией)	5.7	5.2
Ценностное понимание культуры (культура как совокупность ценностей, придающих смысл человеческой жизни)	25.5	20.9

Социализаторское понимание культуры (культура как социальные и духовные скрепы, объединяющие народы и социальные группы)	22.3	25.4
Индикативное понимание культуры (культура есть совокупность признаков и индикаторов, позволяющих отличить один народ от другого)	7.6	26.9
Гуманитарное понимание культуры (культура есть то, что делает человека человеком)	8.9	1.5
Другое	3.8	9.0
Затрудняюсь ответить	3.2	4.5

Что касается понятия «мультикультурализм», то половина участников семинаров честно призналась в том, что либо не знают, что это такое, либо затрудняются в формулировании своего понимания этой категории (табл. 5).

Таблица 5

**Распределение ответов опрошенных на вопрос  
«Знакомо ли Вам понятие "мультикультурализм"?"  
(в % к числу опрошенных)**

Варианты ответа	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
Да	35.5	44.4	61.0	57.2	42.9	53.2	55.8	50.1
Нет	25.8	16.7	16.7	11.3	27.5	15.3	16.9	18.2
Затрудняюсь ответить	38.7	38.9	22.3	31.5	29.6	31.6	27.3	31.7

Те, кто смогли выразить свое понимание этой категории, предложили следующие формулировки: «мультикультурализм это...»

–взаимодействие культур по поводу выработки единых законов общежития, единого взгляда;

–взаимодействие культур, взаимовлияние;

–взаимодействие различных культур;

– взаимопроникновение и взаимозависимость различных культур;

– взаимосвязь, взаимопроникновение национальных культур;

– диалог культурных миров;

– добровольная адаптация социальных институтов к потребностям этих групп;

– желание представителей различных культур найти способ взаимного сосуществования;

– знание культурных традиций разных сообществ, принятие их равнозначности;

– знание хотя бы азов жизни основных народов мира, умение сосуществовать с ними, сохраняя свое "я" и не оскорбляя основных устоев их общественной жизни;

- культура всего человечества;
- культурное многообразие мира;
- методологический принцип изучения проблем культуры и ее освещения в прессе (толерантность);
- мирное сосуществование многих культур;
- мирное сосуществование различных субкультур в обществе;
- мирное сосуществование этнических или религиозных групп, каждая из которых привносит свои культурные особенности;
- многокультурность;
- многообразие культур в этно-социальном измерении;
- многообразие национальных, профессиональных, социальных компонентов мировой культуры;
- многоцветие культур вместо серого единобразия «социалистической культуры»;
- мультикультурализму приписывается пафос равноправного сосуществования «разных культур»;
- наличие и сосуществование множества культур;
- однозначного ответа нет, данное понятие спорно;
- ориентация человека на многообразие моделей поведения и ценностных рядов;
- открытость по отношению к другим культурам, способность относиться к ним с равным уважением;
- ощущение себя частью общности, которая в определенной степени превосходит другие общности;
- партнерское взаимоотношение разных субкультур без патронажа властных структур;
- позитивное восприятие разных культур, сосуществование культур;
- понимание и принятие культур, отличных от собственной;
- понимание того, что каждый народ имеет своюственную ему национальную культуру;
- понятие о многослойности общества, множестве различных культур;
- принцип уважения (терпимости) к этическим принципам и прочим нормам различных культур мира;
- равноправное сосуществование множества культур;
- развитие и мирное сосуществование в одном государстве представителей различных культур и народов;
- речь, очевидно, идет об изучении динамики взаимодействия различных культур и т. п.;
- смешение многих национальных культур, их «уживаемость»;
- совокупность всех доминирующих культурных ценностей;
- соединение различных культур;
- сосуществование множества разных культур;
- терпимое отношение к укладу жизни, правилам сосуществования в обществе, семье, в различных условиях;
- терпимость и интерес друг к другу;
- толерантность по отношению к другим культурам;
- уважение и принятие иной культуры;
- уважение и мирное сосуществование нескольких культур.

Обработка этих и других высказанных опрошенными суждений позволила выделить перечисленные в табл. 6 группы толкований. Анализ приведенных данных свидетельствует о том, что большая часть журналистов, имеющих некое 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.

Таблица 6

**Количество суждений, высказанных опрошенными, совпадающих с перечисленными толкованиями понятия «мультикультурализм» (в % к числу опрошенных)**

<i>Толкование понятия</i>	<i>%</i>
Знание о существовании других культур	15.6
Ориентация на мирное сосуществование разных культур (соседство культур)	33.7
Признание равноправия разных культур, терпимость	15.2
Ориентация на диалог разных культур, толерантность	5.4
Ориентация на переплетение, взаимопроникновение, смешение культур	13.2
Другое	4.3
Затрудняюсь ответить	12.8

Существует достаточно большое количество факторов, в той или иной степени влияющих на состояние и динамику развития культур. Одним из таких факторов является глобализация. Результаты анкетирования показали, что большинство опрошенных журналистов уверены, что процесс глобализации существенным образом влияет на культуру (табл. 7). Причем подавляющее количество участников опроса оценивают влияние глобализации как амбивалентное, то есть содержащее в себе и позитивные и негативные тенденции. Чуть более пяти процентов опрошенных оценивает влияние глобализации как сугубо позитивное и менее пяти процентов – как сугубо негативное. Наиболее позитивно оценивают влияние глобализации журналисты Москвы и Петербурга, самый высокий процент негативно настроенных по отношению к глобализации журналистов живет в Воронеже.

Таблица 7

**Данные об оценке опрошенными влияния процессов глобализации на культуру (в % к числу опрошенных)**

<i>Влияние</i>	<i>Санкт-Петербург</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Ново-сибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Нальчик</i>	<i>Москва</i>	<i>Среднее</i>
Позитивное	10.7	0	0	0	0	5.3	13.8	5.5
Негативное	10.9	5.4	9.3	0	14.3	0	6.1	5.9
И то, и другое	72.8	89.4	75.4	78.1	85.7	94.7	80.1	82.1

Не влияет на культуру	0	5.2	0	8.7	0	0	0	1.6
Затрудняюсь ответить	5.6	0	15.3	13.2	0	0	0	4.9

### Государство и культура: мнение журналистов

Большая часть участников опросов уверены в том, что государство должно активно вмешиваться в процессы культурного развития. Особенно активно на этом настаивают сотрудники СМИ из Воронежа, Нальчика и Новосибирска. Что касается москвичей, то среди них доля тех, кто поддерживает идею государственного вмешательства в культурные процессы, существенно ниже средней по всем опрошенным. Журналисты из Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и Самары занимают среднюю позицию между воронежскими государственниками и московскими антигосударственниками (табл. 8).

Таблица 8

#### Распределение ответов на вопрос «Должно ли государство вмешиваться в процессы культурного развития (управлять, регулировать, воздействовать, влиять)?»

Варианты ответа	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
Да	74.9	77.8	83.1	79.1	92.9	84.2	51.7	74.8
Нет	20.1	16.7	8.2	7.6	0.0	10.5	31.0	15.0
Затрудняюсь ответить	5.0	5.6	8.7	13.3	7.1	5.3	17.2	9.4

Государственное влияние на культурные процессы должно осуществляться, по мнению опрошенных журналистов, на основе некоей Доктрины или Концепции культурного развития. Лишь пятнадцать процентов опрошенных поддержали идею о том, что культурная политика государства должна опираться на мнения самих деятелей культуры.

Однако, например, среди тех московских журналистов, которые высказываются за необходимость государственного влияния на культурные процессы, доля поддерживающих идею разработки Доктрины или Концепции культурного развития существенно ниже, чем в целом по всей опрошенной совокупности. Несколько ниже она и в Санкт-Петербурге (табл. 9).

Таким образом, можно констатировать, что мнения столичных и провинциальных журналистов по поводу роли государства в культурной сфере существенно расходятся.

Таблица 9

**Распределение ответов на вопрос «Должна ли у государства быть Доктрина культурного развития (Концепция культурной политики) или для принятия решений достаточно опираться на мнения самих деятелей культуры и чиновников?»**

Варианты ответа	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
Доктрина	67.9	71.6	75.0	79.7	78.9	75.4	44.8	73.3
Мнение деятелей культуры	15.7	14.3	8.3	10.6	10.4	7.1	31.0	14.9
Затрудняюсь ответить	16.3	14.1	16.7	9.7	10.6	17.5	24.1	11.8

Участникам проекта было предложено в свободной форме сформулировать главные положения Доктрины культурного развития (Концепции культурной политики). Всего было предложено свыше ста формулировок. Вот как выглядели некоторые из них:

- борьба с пошлостью и безграмотностью;
- вложение средств в образование, формирование у людей вкуса;
- возможность свободного гармоничного развития культур различных народов и социальных групп;
- воспитание духовности с первых лет жизни человека;
- воспитание, планирование и поддержка возможностей для сохранения культуры нации;
- все силы и деньги – на образование подрастающего поколения.
- выработать в ребенке стремление к индивидуальности и духовному развитию;
- гармония для всех народов;
- государство должно обеспечить возможность иметь право голоса не только маститым и авторитетным деятелям;
- давать равное право голоса носителям разных культур;
- дозирование процессов культурной политики, направленных на уничтожение генофонда страны;
- жесткое установление цензуры на низкопробную (особенно западную) продукцию;
- забота о поддержании стабильности;
- запрет популяризации насилия и наркотиков, упор на отечественное искусство и классику;
- идеи евразийства;
- концепцию культурной политики должны разрабатывать известные деятели культуры;
- любая культура должна быть признана;
- максимум внимания сфере воспитания следующих поколений;
- меры по распространению культуры;
- мирное сосуществование культур;
- мудрость;
- надо начинать с семьи и школы;

- не влиять, а помогать;
- не мешать и давать деньги;
- никакого тоталитаризма. Прислушиваться к мнению компетентных людей;
- обеспечение широкого доступа к качественным продуктам культуры;
- оказывать материальную помощь в развитии культуры;
- оказывать содействие развитию культур народов, проживающих на территории государства;
- ориентация на духовность;
- отстаивать равенство культур;
- охрана культурного наследия, охрана культурных ценностей;
- оценивать те или иные явления культуры с правом совещательного голоса;
- очеловечивать человека.
- патриотизм;
- поддержание ценностей, способствующих развитию граждан;
- поддерживать инициативы снизу;
- поддерживать проекты, прошедшие экспертизу профессионалов;
- поддерживать развитие культуры;
- поддержка культурных начинаний;
- поддержка нерентабельных, но очень важных институтов, театров, филармоний и т. д.;
- поддержка русскоязычного населения в странах СНГ;
- поддержка своей культуры и терпимость к другим;
- поддержка своих культур и уважение к иным культурам;
- помогать в организации культурного обмена;
- помогать в развитии культуры;
- помогать самому передовому, перспективному;
- помогать, но не управлять;
- помочь организациям, деятелям, национально-культурным центрам;
- пресечение пропаганды насилия и нетерпимости;
- пропаганда национальной культуры;
- пропаганда русского образа жизни, русского языка, русских обычаяев;
- равенство культур в обществе;
- равнозначимость различных национальных культур;
- равноправное развитие национальных и традиционных для россии культур;
- равные возможности всех народов для развития своей культуры;
- разграничение культуры и цивилизации. Задействовать можно все, что относится к сфере «цивилизации»;
- разнообразие культурных традиций;
- разумное сочетание сохранения традиций и свободы творчества;
- распространение культурных образцов, признанных приоритетными;
- растить духовно здоровое поколение (или поколения);
- регулируй (влияй, управляй, воздействуй), не вмешиваясь;

- свободное и равноправное развитие различных культур;
- сделать для людей финансово доступным посещение театров, концертов;
- содействие образованию;
- содействовать развитию каждой национальной культуры;
- создание оптимальных условий для появления достижений в настоящем;
- создание условий для развития культур всех народов страны, и в первую очередь – русского народа;
- сохранение достижений прошлого;
- сохранение и развитие национальных ценностей и уважение к другим культурам;
- сохранение уже имеющегося культурного багажа;
- способствование развитию высокой культуры вместе с культурно-просветительским направлением;
- способствовать разрешению конфликтов в сфере культуры;
- стимулирование прогрессивного развития культуры в обществе;
- стимуляция к творчеству;
- стремление к сохранению национальных культур;
- структура, которая заполнила бы нишу, ранее занятую институтом пропаганды;
- терпимость;
- толерантность и партнерство;
- уважение и терпимость к иным культурам, но поддержка своей;
- уважение к разным национальным культурам в пределах одной страны;
- управлять, но не подавлять, не навязывать;
- учись видеть мир глазами другого человека;
- учитывать мнение меньшинства;
- учитывать разнообразие культур;
- финансовая поддержка культурных проектов;
- финансовая поддержка культуры;
- формирование у народа высоких духовных ценностей;
- формирование установки на открытость и взаимодействие культур;
- формировать у людей определенные культурные ценности;
- это должно быть в рамках концепции развития России, с которой тоже большие проблемы.

Обобщение высказанных мнений позволило не только выделить основные параметры той модели государственной Доктрины культурного развития, которая «витает» в пространстве мнений профессиональных журналистов, но и определить придаваемую этим параметрам значимость (табл. 10). Анализ показывает, что главное внимание журналисты уделили содержательной стороне взаимоотношений между государством и культурой и формам участия государства в культурном процессе.

Таблица 10

**Количество суждений, высказанных опрошенными, совпадающих с перечисленными параметрами Доктрины (Концепции) культурного развития (в % к числу опрошенных)**

<i>Параметры Доктрины (Концепции)</i>	<i>%</i>
Содержание культурной политики	60.2
Формы участия государства в культурном процессе	22.8
Направленность культурной политики	11.4
Технология принятия решений	3.3
Степень концептуальности, осмысленности	2.4

Понятно, что все участники опроса, полагающие, что у государства должна быть Доктрина культурного развития, считают, что это должна быть осмысленная, концептуальная Доктрина. Мнения начинают расходиться, когда дело касается направленности культурной политики государства. Большая часть тех, кто выделил этот аспект проблемы, полагают, что культурная политика государства должна быть прежде всего ориентирована на охрану культурного наследия. Около трети считают, что государство должно поддерживать развитие культуры как целостной системы и лишь семь процентов поддерживают идею о том, что государство должно участвовать в реализации конкретных культурных проектов (табл. 11).

Таблица 11

**Количество суждений, высказанных опрошенными, совпадающих с перечисленными блоками Доктрины (Концепции) культурного развития**

<i>Блоки</i>	<i>В % к числу опрошенных</i>	<i>В % к числу ответивших</i>
<i>Степень концептуальности, осмысленности</i>		
Осмысленная	2.4	100
Хаотичная, неосмысленная, бездумная	-	-
<i>Направленность культурной политики</i>		
Охрана культурного наследия	7.3	64.3
Развитие культуры как единого целого	3.3	28.6
Поддержка конкретных культурных проектов	0.8	7.1
<i>Содержание культурной политики</i>		
Воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе терпимости, толерантности, равноправия культур	8.9	15.3
Воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе патриотизма, державности, национального достоинства	12.2	20.7
Развитие идей евразийства	0.8	1.8
Гуманизация общества	3.3	5.8

Уважение и терпимость по отношению к другим культурам, но поддержка своей	1.6	3.1
Противостояние тем культурам, которые враждебны российской	8.1	13.9
Содействие развитию всех культур	15.4	26.1
Поддержка молодых талантов	4.9	8.5
Обеспечение доступа массам к высокому искусству	4.9	8.5
<i>Формы участия государства в культурном процессе</i>		
Не мешать культурным процессам	8.1	35.7
Оказание финансовой помощи всем культурным проектам («Всем сестрам по серьгам»)	7.3	32.1
Оказание финансовой помощи культурным проектам, отвечающим интересам государства	7.3	32.1
<i>Принятие решений</i>		
На основе мнений известных деятелей культуры	3.3	-
С учетом мнений меньшинства	-	-
<i>Затрудняюсь ответить</i>	2.4	-

Еще больший разброс мнений продемонстрировали участники опроса по поводу содержания государственной культурной политики. Прежде всего надо отметить противостояние двух примерно равных групп опрошенных, одна из которых выступает за то, чтобы государство содействовало развитию всех культур, размещающихся на территории России, другая придерживается принципиально противоположной точки зрения, считая, что государство должно поддерживать лишь ту культуру, которая ориентирована на воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе патриотизма, державности, национального достоинства. Другая линия противостояния пролегает между теми, кто считает, что содержанием государственной культурной политики должно быть воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе терпимости, толерантности, равноправия культур и теми, кто считает, что главная задача государства в сфере культуры – противостояние тем культурам, которые враждебны российской. В целом числе тех, кто полагает, что государство должно интересоваться культурой прежде всего как инструментом воспитания, существенно больше тех, кто придерживается иных точек зрения.

Обратившись к рассмотрению реальной роли российского государства в сфере культурных процессов, большая часть опрошенных журналистов согласились с мнением о том, что в настоящее время у российского правительства нет какой-либо внятной Доктрины (Концепции) культурной политики. Противоположной позиции придерживаются менее 20 процентов опрошенных (табл. 12).

Таблица 12

**Распределение ответов на вопрос «Существует ли, по-вашему мнению, у российского правительства какая-либо Доктрина (Концепция) культурной политики?»**

Варианты ответа	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
Да	10.6	16.7	15.7	6.7	28.6	21.1	17.2	16.5
Нет	84.3	52.0	51.2	60.0	50.0	57.2	44.8	56.7
Затрудняюсь ответить	5.1	31.3	33.1	33.6	21.4	21.7	37.9	26.8

Участники проекта, углядевшие в действиях российского государства в сфере культуры некую концептуальность, охарактеризовали ее в следующих суждениях:

- акцент на воспитание патриотических чувств у молодежи;
- все пущено на самотек;
- государство акцентирует внимание на «национальных культурах», чем усиливает процесс конструирования границ;
- государство развивает миф о величии «русской культуры» в целях укрепления державного мышления;
- государство уделяет очень мало внимания культуре, особенно это видно на периферии;
- дурная, бессмысленная и беспощадная;
- каждой сестре по серье;
- коммерциализация культуры;
- недостаточная;
- непоследовательная;
- пока что – разделяй и властвуй;
- поиск государствообразующей идеологии;
- сумбурная.

Если обобщить эти высказывания, то получится картина, приведенная в табл. 13.

Таблица 13

**Количество суждений, высказанных опрошенными, совпадающих с перечисленными блоками Доктрины (Концепции) культурного развития, существующей у российского правительства (в % к числу опрошенных)**

Блоки	%
<i>Степень концептуальности, осмысленности</i>	
Хаотичная, неосмысленная, бездумная	35.5
<i>Направленность культурной политики</i>	
Охрана культурного наследия	3.2

<i>Содержание культурной политики</i>	
Воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе терпимости, толерантности, равноправия культур	3.2
Воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе в духе патриотизма, державности, национального достоинства	3.2
Противостояние тем культурам, которые враждебны российской	16.1
Содействие развитию всех культур	6.5
<i>Формы участия государства в культурном процессе</i>	
Оказание финансовой помощи всем культурным проектам («Всем сестрам по сергам»)	3.2
Оказание финансовой помощи культурным проектам, отвечающим интересам государства	3.7
<i>Затрудняюсь ответить</i>	12.9

Оценивая ситуацию в регионах, в которых они живут и работают, участники проекта были менее категоричны. Так, на вопрос о том, есть ли в регионе какая-то осмысленная культурная политика, более 30 процентов всех опрошенных уверенно сказали, что есть. Примерно столько же сказали, что нет, и несколько менее 30 процентов затруднились с ответом. Что касается различий между регионами, то они оказались не очень значительными (табл. 14).

Таблица 14

**Распределение ответов на вопрос «Существует ли какая-то осмысленная культурная политика в Вашем регионе?»**

<i>Варианты ответа</i>	<i>Санкт-Петербург</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Нальчик</i>	<i>Москва</i>	<i>Среднее</i>
Да	30.2	38.9	41.7	26.7	28.6	36.8	27.6	32.3
Нет	35.1	38.9	33.3	40.0	35.7	26.3	37.9	35.4
<i>Затрудняюсь ответить</i>	34.7	22.2	25.0	33.3	28.6	31.6	31.0	29.9

Характеризуя содержание культурной политики властей в своем регионе, участники опроса в общем и целом обозначили ее как хаотичную, неосмысленную, направленную прежде всего на охрану культурного наследия, и вместе с тем содействующую развитию всех культур, находящихся на территории региона. Помощь властей выражается прежде всего в финансовой поддержке различных культурных проектов (табл. 15).

Таблица 15

**Характеристика культурной политики властей в регионах, где она, по мнению опрошенных, имеется (в % к числу ответивших)**

<i>Характеристики</i>	<i>%</i>
<i>Степень концептуальности, осмысленности</i>	
Осмысленная	1.9
Хаотичная, неосмысленная, бездумная	23.1
<i>Направленность культурной политики</i>	
Охрана культурного наследия	3.8
<i>Содержание культурной политики</i>	
Воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе терпимости, толерантности, равноправия культур	3.8
Воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе патриотизма, державности, национального достоинства	5.8
Противостояние тем культурам, которые враждебны российской	5.8
Содействие развитию всех культур	11.5
<i>Формы участия государства в культурном процессе</i>	
Оказание финансовой помощи всем культурным проектам («Всем сестрам по серыгам»)	9.6
Оказание финансовой помощи культурным проектам, отвечающим интересам государства	17.3
Затрудняюсь ответить	11.5

Участникам проекта был задан вопрос «Какой, по Вашему мнению, должна быть культурная политика в России на ближайшую перспективу?» Ответы на этот вопросы показывают, что журналисты, полагающие, что у государства должна быть какая-то культурная политика, хотя прежде всего, чтобы это была понятная, осмысленная политика, ориентированная на охрану и содействие развитию различных культур (табл. 16). Хотя высказываются и другие мнения.

Таблица 16

**Количество суждений, совпадающих с перечисленными характеристиками культурной политики в России на ближайшую перспективу (в % к числу опрошенных)**

<i>Характеристики</i>	<i>%</i>
<i>Степень концептуальности, осмысленности</i>	
Осмысленная	9.2
<i>Направленность культурной политики</i>	
Охрана культурного наследия	5.3
<i>Развитие культуры как единого целого</i>	
Поддержка конкретных культурных проектов	1.5
<i>Содержание культурной политики</i>	
Воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе терпимости, толерантности, равноправия культур	8.4

Воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе в духе патриотизма, державности, национального достоинства	9.9
Развитие идей евразийства	1.5
Гуманизация общества	3.1
Уважение и терпимость по отношению к другим культурам, но поддержка русской православной культуры	4.6
Противостояние тем культурам, которые враждебны российской	5.3
Содействие развитию всех культур	18.3
Поддержка молодых талантов	3.8
Обеспечение доступа массам к высокому искусству	6.1
<i>Формы участия государства в культурном процессе</i>	
Оказание финансовой помощи всем культурным проектам («Всем сестрам по сердцам»)	6.9
Оказание финансовой помощи культурным проектам, отвечающим интересам государства	7.6
<i>Затрудняюсь ответить</i>	8.4

Интересный материал для размышлений дают ответы участников проекта на вопрос о том, в какой из известных им стран взаимоотношения между государством и культурой выстроены оптимальным образом.<sup>45</sup> Если говорить об отдельных странах, то на первое место со значительным отрывом вышла Франция. Затем идут США, Германия, Великобритания, Швеция (табл. 17).

Таблица 17

**Распределение ответов на вопрос «В какой стране взаимоотношения между государством и культурой выстроены оптимальным образом?» (в % к числу опрошенных)**

<i>Страна</i>	<i>%</i>
Австрия	0.9
Бразилия	0.9
Великобритания	8.0
Германия	8.8
Голландия	1.8
Европа в целом	1.8
Индия	0.9
Иран	0.9
Исламские страны в целом	0.9
Италия	1.8

<sup>45</sup> Понятно, что высказывания участников опроса далеко не всегда ориентируются на собственный опыт пребывания в тех или иных странах. Скорее всего, речь идет о неких мифологемах. Однако как раз поэтому эти оценки и высказывания приобретают особое значение.

## Российские СМИ: как создается образ врага

Канада	4.4
Китай	0.9
Норвегия	1.8
Россия	1.8
Северная Америка в целом	0.9
Сингапур	0.9
СНГ в целом	0.9
Страны Северной Африки в целом	0.9
США	15.0
Узбекистан	1.8
Финляндия	2.7
Франция	18.6
Швейцария	1.8
Швеция	7.1
Югославия	0.9
Южная Америка в целом	0.9
Япония	5.3
Таких стран не существует	0.9
Затрудняюсь ответить	6.2

Таким образом, среди стран в явные лидеры выдвинулись Франция и США. Если же сгруппировать названные страны в культурно-цивилизационные ареалы, то система пристрастий журналистов, участвовавших в опросах, проявится еще рельефней. Большинство ориентированы на европейские схемы взаимоотношений между государством и культурой, затем идут те, кого устраивают подходы, реализуемые Северной Америке. Некоторый интерес вызывают страны Дальнего Востока: Япония, Китай (табл. 18).

Таблица 18

### Культурно-цивилизационные ареалы, в которых с точки зрения опрошенных взаимоотношения между государством и культурой выстроены оптимальным образом (в % к числу опрошенных)

<i>Ареалы</i>	<i>%</i>
Европа в целом	55.8
Страны Северной Америки в целом	20.4
Дальний Восток в целом	8.8
Страны СНГ в целом (без России)	2.7
Страны Южной Америки в целом	1.8
Исламские страны в целом	1.8
Страны Северной Африки в целом	1.8

## СМИ и общественность в пространстве культуры

Участникам проекта было предложено оценить степень осведомленности общественности о ситуации в сфере культуры. Большая часть опрошенных журналистов, независимо от представляемого региона, оценила степень информированности общественности как низкую (табл. 19).

Таблица 19

### Распределение ответов на вопрос «Считаете ли Вы, что российская общественность достаточно осведомлена о ситуации в сфере культуры?»

Варианты ответа	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Воронеж	Нальчик	Москва	Среднее
Да	15.3	10.2	16.9	12.4	17.1	9.1	17.2	13.7
Нет	68.8	84.2	66.7	86.3	71.4	80.4	72.4	78.0
Затрудняюсь ответить	15.9	5.6	16.3	13.3	11.5	10.5	3.4	8.3

Определяя главные проблемы, на которые, по мнению опрошенных, общественность должна обратить особое внимание, участники проекта предложили более ста высказываний. Вот некоторые формулировки:

- агрессивная американизация культуры;
- американизация молодежи через ТВ, рекламу, фильмы;
- американизация;
- антикультурное поведение правительства, членов Госдумы, власть имущих;
- «атомизация» школьного образования;
- безразличие общества к происходящим в стране культурным процессам;
- больше внимания «маленькому» человеку;
- большинство молодежи не признает свою национальную культуру;
- буддийский пояс Юга России – прошлое и настоящее;
- в регионах нет культуры;
- взаимоотношения коренного населения с беженцами;
- взаимопроникновение разных культур – положительное и отрицательное в этом процессе;
- влияние «образцов» западной культуры;
- возрождение духовности в обществе и семье;
- возрождение самобытности национальных культур, их взаимодействие;
- воспитание культуры у детей;
- воспитание молодого поколения;
- воспитание толерантного подхода и в сфере этничности, и в сфере религии, и т.д.;
- вузы и армия;
- вытащить из забвения русскую культуру;
- гетто как социально-культурная проблема;
- глобальная компьютеризация и ее влияние на культуру;

- духовность;
- жестокое обращение с детьми;
- засилье массовой культуры. Обозначившаяся пропасть в общественном сознании между потребителями массовой культуры и высокой культуры;
- засилье масскультуры иностранных производителей;
- знакомить читателя с культурными процессами в разных средах;
- изменить отношение к своему языку и риторике;
- исчезновение традиций национальных культур;
- качественный состав книжного и медиа рынков;
- качество культуры и условия ее существования;
- культура речи;
- материальная доступность культурных мероприятий;
- межнациональные отношения в отдельных регионах;
- мусор «массовой» культуры;
- научить понимать и уважать культурные традиции каждой нации;
- национализм и расизм;
- национализм;
- недоступность продуктов высокой культуры для всех;
- неравномерное распределение внимания к памятникам культуры, в т.ч. и финансовое;
- неуважение к культурам других наций;
- нехватка средств на серьезные проекты;
- «новые русские»: кавказцы, татары, курды, калмыки и т.д.;
- нравственность и культура;
- осознание необходимости возрождения утраченных моральных и культурных ценностей;
- оставить в покое орфографию русского языка;
- отсутствие преемственности между культурой старших поколений и «молодой» культурой;
- отсутствие связи Москвы и СПб с регионами;
- отсутствие толерантности;
- отсутствие финансирования, внимания и поддержки государства;
- очень узкое представление о русской культуре (стереотипы лубочного характера);
- плохая финансовая подпитка культуры;
- пошлость и вульгарность в культуре;
- правила общественного и личного поведения и культура;
- предотвращение этнических конфликтов;
- пренебрежение к чужой культуре и незнание собственной;
- примитивизм, воспитываемый в подростках MTV;
- проблема инвестиций в культуру;
- проблема культурной замкнутости народов;
- проблема малых народностей;
- проблема нетерпимости к инокультурным ценностям;
- проблема низкого качества продуктов массового потребления;
- проблема существования малых народов и культур нац. меньшинств;
- проблема чистоты языка;

- провинциальная сфера досуга;
- «размывание» русской национальной культуры;
- развитие нацистских настроений;
- разрушающее влияние телевидения на сознание человека;
- реформирование образования;
- снижение общего культурного уровня;
- снижение уровня образованности;
- сохранение историко-культурных заповедников и национальных парков;
- сохранение культуры, языка, обычаяев малых, вымирающих народов;
- сохранение тех ценностей, которые выработало человечество;
- сохранность библиотечных фондов;
- сохранность музеиных фондов;
- социальная защита деятелей культуры и творческих союзов;
- спасение памятников архитектуры;
- существование нескольких культурных сообществ на одной территории;
- торжество стандарта, обезличенность;
- умирание русского языка как языка межнационального общения.

Обобщение высказанных суждений позволяет зафиксировать, что журналистов волнуют две группы проблем: содержательные и институциональные. Что касается содержательных проблем, то среди них на первое место выдвигаются проблемы агрессивной американизации российской культуры и национализма и расизма в массовой культуре. Среди институциональных проблем выделяется «недостаток финансирования и «разбазаривание» средств, отпущеных на культуру» (табл. 20). Есть основание предположить, что профессиональная интуиция опрошенных журналистов достаточно точно фиксирует проблемные ситуации.

Таблица 20

**Количество суждений, совпадающих с перечисленными типами проблем, на которые, по мнению опрошенных, общественность должна обратить особое внимание (в % к числу опрошенных)**

<i>Типы проблем</i>	<i>%</i>
<i>Содержательные проблемы</i>	
Размывание русской культуры	14.1
Агрессивная американизация российской культуры	21.5
Безразличие общества к происходящим в стране культурным процессам	7.4
Национализм и расизм в массовой культуре	18.8
Недоступность высокой культуры большинству населения	9.4
Разрушение памятников культуры	6.0
<i>Институциональные проблемы</i>	
Недостаток финансирования и «разбазаривание» средств, отпущеных на культуру	11.4

## Российские СМИ: как создается образ врага

Разорванность культурного пространства: отсутствие связи между большими городами и малыми, между городом и селом	4.0
Социальная защита деятелей культуры и творческих союзов	1.3
<i>Другое</i>	0.7
<i>Затрудняюсь ответить</i>	5.4

Оценивая ту роль, которую современные российские СМИ играют в пространстве культуры, лишь 17 процентов опрошенных высказались в том смысле, что СМИ не играют никакой роли. Остальные участники проекта обозначили выше десятка ролей, из которых наиболее значимыми являются роль инструмента массовизации, опошления культуры, затем роль инструмента борьбы разных течений и лишь в третью очередь роль инструмента развития культуры (табл. 21).

Таблица 21

### Распределение ответов на вопрос «Какую роль играет сейчас российская пресса по отношению к культуре?» (в % к числу опрошенных)

Роли	%	Ранг
Инструмент развития	14,2	5
Инструмент массовизации	52,8	1
Инструмент борьбы разных течений	22,8	2-3
Инструмент реализации политики государства	9,4	7-8
Зеркало культурных процессов	9,4	7-8
Инструмент информационной поддержки культурных проектов	5,3	9
Посредник между культурными элитами и массами	7,1	6
Не играет никакой роли	17,2	4
Всего понемногу	22,8	2-3

Что касается региональных различий, то они проявились в том, что чем крупнее представляемый город, тем большее количество участников проекта рассматривают прессу в качестве инструмента развития культуры и одновременно в качестве канала влияния государства на культурные процессы (табл. 22).

Таблица 22

**Распределение ответов на вопрос «Какую роль играет сейчас российская пресса по отношению к культуре?» по регионам (в % к числу опрошенных)**

<i>Роли</i>	<i>Санкт-Петербург</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Ново-сибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Нальчик</i>	<i>Москва</i>
Инструмент развития	20.1	22.2	25.0	5.2	7.1	5.3	17.2
Инструмент массовизации	55.3	44.3	58.3	32.4	57.1	52.6	62.1
Инструмент борьбы разных течений	20.2	22.7	8.3	36.6	28.6	26.3	17.2
Инструмент реализации политики государства	10.6	2.3	4.2	13.3	7.1	5.3	20.7
Другая роль:	35.0	33.2	31.3	33.6	21.4	31.6	20.7

Определяя задачи, которые, по мнению опрошенных должна решать пресса в области культурных процессов, участники проекта продемонстрировали широчайший разброс мнений. Однако агрегирование высказываний позволяет выделить в качестве главных задачу отражения разнообразия в сфере культуры, затем формирование высоких культурных стандартов и информирование людей о том, что происходит в сфере культуры. Все остальные задачи носят, по мнению опрошенных, второстепенный характер (табл. 23).

Таблица 23

**Распределение ответов на вопрос «Какие задачи должна решать пресса по отношению к культуре?» (ранги)**

<i>Задачи</i>	<i>СПб</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Ново-сибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Нальчик</i>	<i>Москва</i>	<i>Среднее</i>
Формирование высоких культурных стандартов	1	2	4	2	4	2	1	2
Контроль действий органов власти	7	8	8	7	5	5	6	7
Отражение разнообразия в сфере культуры	2	1	3	1	1	1	2	1
Информирование людей	3	3	1	6	2	4	3	3
Анализ событий и процессов	4	5	5	3	3	6	5	5

Помощь организациям и деятелям культуры	8	6	7	8	8	8	7-8	8
Критика негатива	6	7	6	4-5	6	7	7-8	6
Содействие доступу населения	5	4	2	4-5	7	3	4	4
Давать возможность развлечься	9	9	-	9	9	9	9	9

### Заключение

Таким образом, мы можем констатировать, что в профессиональном сознании российских журналистов культуре придается очень большое значение. Журналистов волнуют проблемы агрессивной американизации российской культуры, проявления национализма и расизма в массовой культуре, недостаток финансирования и «разбазаривание» средств, отпущенных на культуру и т. д.

Большая часть участников опросов уверены в том, что государство должно активно вмешиваться в процессы культурного развития. Государственное влияние на культурные процессы должно осуществляться, по мнению опрошенных журналистов, на основе некой Доктрины или Концепции культурного развития. При этом большая часть опрошенных журналистов считают, что в настоящее время у российского правительства нет какой-либо внятной Доктрины (Концепции) культурной политики

Что касается содержания культурной политики государства, то большая часть опрошенных полагают, что культурная политика государства должна быть прежде всего ориентирована на охрану культурного наследия. Значительная часть опрошенных журналистов считает, что государство должно поддерживать лишь ту культуру, которая ориентирована на воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе патриотизма, державности, национального достоинства. Впрочем, есть и другая точка зрения, сторонники которой в культурной политике государства должно быть как можно меньше политики и что государство просто должно содействовать развитию всех культур, размещающихся на территории России. Другая линия противостояния пролегает между теми, кто считает, что содержанием государственной культурной политики должно быть воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе терпимости, толерантности, равноправия культур и теми, кто считает, что главная задача государства в сфере культуры – противостояние тем культурам, которые враждебны российской. В целом числе тех, кто полагает, что государство должно интересоваться культурой прежде всего как инструментом воспитания, существенно больше тех, кто придерживается иных точек зрения.

Идея придания государственной культурной политике сознательно мультикультурного звучания пока не находит в душах опрошенных журналистов горячего отклика. Во-первых, что касается самого понятия «мультикультурализм», то половина участников семинаров честно при-

знались в том, что либо не знают, что это такое, либо затрудняются в формулировании своего понимания этой категории. Во-вторых, те, кто, имеет некое представление о категории «мультикультурализм», видят 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. При этом ни один из опрошенных не отметил, что государство должно каким-либо образом стимулировать взаимодействие культур или защищать право граждан на право выбора модели культурного развития. Максимум, о чём иногда говорилось, о поддержке этнических культур.

Опрошенные журналисты не очень высоко оценивают роль общественности в определении параметров культурной политики. Не случайно опрошенные так низко оценили степень информированности общественности по проблемам культуры.

Что же касается той роли, которую играют в пространстве культуры СМИ, то лишь 17 процентов опрошенных полагают, что СМИ не играют никакой роли. Остальные участники проекта обозначили свыше десятка ролей, из которых наиболее значимыми являются роль инструмента мас-совизации, опошления культуры, затем роль инструмента борьбы разных течений и лишь в третью очередь роль инструмента развития культуры. При этом чем крупнее представляемый город, тем большее количество участников проекта рассматривают прессу в качестве инструмента развития культуры и одновременно в качестве канала влияния государства на культурные процессы. На данном этапе своими главными задачами в области культуры опрошенные журналисты считают отражение разнообразия в сфере культуры, затем формирование высоких культурных стандартов и информирование людей о том, что происходит в сфере культуры.

В целом можно сказать, что на сегодняшний день в журналистском сообществе России существуют несколько существенно различающихся концептуальных подходов как к толкованию категориального аппарата, связанного с осмысливанием явлений культуры, так и роли государства, общественности и СМИ в определении направленности культурных процессов. Противоречия между сторонниками этих подходов объясняют многие «странные» в освещении средствами массовой информации культурной проблематики.

Поскольку данное исследование носило предварительный, пилотный характер, полученные выводы не могут претендовать на универсальность. Нужны более масштабные и глубокие исследования проблем взаимодействия массово-мейдного и культурного комплексов России.

*Опубликовано в книге «Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения». – М., 2002.*

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ГАЗЕТНЫХ КАМПАНИЙ, ПОСВЯЩЕННЫХ ПРОБЛЕМАМ ТОЛЕРАНТНОСТИ (И.М. Дзялошинский)

Одной из задач, которая поставлена в Федеральной целевой программе «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе» является разработка и реализация комплекса мероприятий по пропаганде миролюбия, повышения устойчивости к этническим, религиозным и политическим конфликтам, противодействия экстремизму с опорой на средства массовой информации, общественные объединения и организации. Речь идет об использовании средств массовой информации для раскрытия антиобщественной природы экстремизма в различных его формах; издании публицистических материалов, способствующих становлению толерантного сознания, снижению социальной напряженности в обществе и т. п.

Таким образом, люди, стремящиеся способствовать становлению в России толерантного сознания, ждут от прессы, чтобы она постоянно пропагандировала миролюбие, повышала устойчивость к этническим, религиозным и политическим конфликтам, противодействовала экстремизму и т.п., короче – выступала в качестве инструмента общественных преобразований. При этом многие из организаторов общественных кампаний, направленных на повышение толерантности, наивно полагают, что если СМИ будут много писать о проблемах толерантности, то общественное мнение будет таким, как этого хочется тем, кто инициирует соответствующие статьи.

А журналисты почему-то не спешат вступать в ряды «толерантологов». Самая простая идея, которая приходит в голову общественникам в этом случае – обвинить прессу в жестокосердии или социальной некомпетентности и обращать внимание журналистов на крайне негативную роль прессы в разжигании общественных страстей. Некоторые, более спокойные представители НКО полагают, что журналисты просто не понимают всей важности этой проблематики и поэтому их надо просветить, для чего следует провести семинары и конференции, разъясняющие значимость этой проблематики.

Думается, что все обстоит гораздо серьезнее и проблема прячется гораздо глубже, чем кажется на первый взгляд.

### **Уже не куколка, еще не бабочка**

Российские СМИ и журналистское сообщество переживают сейчас сложнейший процесс перехода в новую фазу своего развития: из общественной деятельности они становятся медиабизнесом. Они уже вышли из одного состояния, но еще не пришли в другое. И этот переход сопровождается несколькими довольно болезненными процессами.

Во-первых, это процесс автономизации, то есть выделения СМИ в отдельный самостоятельный общественный институт, который имеет собственные, иногда расходящиеся с потребностями общества цели деятельности и использует для их достижения различные методы. Так, например, рыночно ориентированные средства массовой информации стремятся привлечь максимально широкую в данной нише аудиторию. А это неизбежно связано с определенными требованиями к тематике и формам подачи информации. Именно поэтому журналисты всегда ищут сенсацию. А сенсации – это крупные скандалы, аферы, либо приезд звезд. Поэтому и материалы о некоммерческом секторе, появляющиеся в прессе, чаще всего либо связаны со скандалом, либо освещают какие-то шумные акции, в которых участвуют "большие имена". Упор на скандалы и "ужастики" – жертва в пользу читательского спроса.

Во-вторых, противоположный автономизации процесс укрепления специфических связей СМИ с различными социальными структурами. На сегодняшний день процесс функционирования журналистики определяют четыре группы институализированных структур, которые являются потребителями журналистского продукта.

Это, прежде всего, власть, которая напрямую вовлечена в дела журналистов, поскольку не только определяет правила игры, но и сама является и учредителем СМИ, и заказчиком, и потребителем определенного продукта. Власть, которая покупает журналистов, или принуждает их выполнять свои заказы. Средств давления много. Это и необходимость просить у власти помещение для работы. Это и страх перед возможностями власти отключить электроэнергию, повысить арендную плату. Но дело не только в том, что власть заинтересована в журналистике. Дело еще и в том, что многие журналисты видят во власти если не единственного, то главного субъекта общественной жизнедеятельности. Статистика показывает, что свыше семидесяти процентов журналистов наиболее часто используют в качестве предмета писаний и источника информации властные структуры.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Высокая степень административной и финансовой зависимости СМИ от власти выражается в том, что, например, каждая вторая областная, краевая и республиканская газета имеет в числе своих соучредителей городские, областные, краевые или республиканские органы власти. Причем исполнительная власть (администрации, мэры, кабинеты министров) в два раза чаще является соучредителем, чем законодательная (городские думы, госсобрания республики и т. п.). А процент общественных организаций, коммерческих структур на их фоне довольно низок. Частных же лиц среди учредителей печатных СМИ более или менее высокого уровня нет.

Во всех регионах журналисты признают, что власть поддерживает "свои" СМИ. Причем, если бы таким изданиям выделялись только бюджетные деньги, которые для ряда областных и городских изданий и телерадиокомпаний вписаны отдельной строкой в соответствующие бюджеты, то редакторы негосударственных изданий вряд ли бы возмущались. Но, помимо всяческих дополнительных благ официальным бюджетным изданиям, в каждом из регионов существуют по 2-3 газеты и как минимум одна телекомпания (помимо региональной ГТРК), которые тем или иным способом финансируются из бюджета города, области, края.

Таким образом, отношения между властью и СМИ в России самоопределяются либо в терминах подчинения и услугания, либо в терминах войны. Третьего, то

Это российский бизнес, который заинтересован в определенном функционировании СМИ. И он не только внедряется непосредственно в медиа-бизнес, но и контролирует журналистскую среду и всю эту систему косвенными методами. Через подачки – раз; через различные акции – два; через воздействие на журналистов – три; вовлечение журналиста в различные престижные сообщества – четыре и т.д.

Это интеллектуальные элиты. На заре перестройки и гласности единственными структурами, которые контролировали деятельность СМИ были власть и интеллигенция. Интеллигенция являлась основным поставщиком текстов массовой коммуникации. Потом, в связи с изменением обстоятельств, интеллигенцию отодвинули в сторону. Но, тем не менее, они продолжают каким-то образом влиять на ситуацию в СМИ. Через неформальные объединения, через вовлечение журналистов в свои структуры.

И, наконец, это структуры гражданского общества. Журналистов активно вовлекают в общественные организации. Многие журналисты сами становятся руководителями различных структур негосударственных, некоммерческих организаций.

Власти надо, чтобы журналисты делали хорошее лицо власти, занимались ее имиджем. Власть за это платит или дает льготы. И журналисты выполняют заказы власти.

Бизнесу надо, чтобы журналисты занимались продвижением бизнеса. И журналисты с радостью, с восторгом (за соответствующее вознаграждение) в огромных количествах готовят и размещают заказные статьи.

Интеллектуалам надо, чтобы журналисты продвигали в массовое сознание некие созданные ими идеологемы, теории, мифологемы, ценности.

Структурам гражданского общества тоже хочется, чтобы прессы помогала им решать их задачи.

Таким образом, эти четыре структуры заказывают ту музыку, которую играют журналисты. Вокруг этих четырех структур, на периферии всей этой системы размещается неинституализированный рядовой читатель, зритель, слушатель, который, честно говоря, не очень интересен многим СМИ, поскольку дохода от него мало, а мороки – много.

Третий процесс, в который вовлечена российская журналистика, можно назвать «драмой потерянных иллюзий». Так уж случилось, но в силу переходности состояния российского социума, именно СМИ, начиная с 1985-1986 годов, взяли на себя функции гражданского общества. Можно сказать жестче – журналистское сообщество узурпировало право выражать цели, интересы, ценности, чаяния граждан. Узурпировало вынужденно, ибо не было никаких иных механизмов и структур, которые могли бы демократическим путем консолидировать мнение граждан, не было и нет до сих пор.

Однако в процессе реализации этой миссии СМИ породили для себя и общества серьезную проблему. Пресса, полная самых благих намерений, постепенно перестала слышать мнения населения и стала рассматривать

---

есть диалога, партнерства не получается. Многие журналисты сознательно или бессознательно поддерживают мифологию военного противостояния прессы и власти, поскольку этот миф позволяет журналистам повысить свою значимость как некоего ресурса.

себя не как трибуну, а как голос гражданского общества. Сегодня пресса по-прежнему выражает от имени населения его интересы, ценности, представления, при этом, как правило, вообще не обращаясь к населению. Население – само по себе, а пресса – сама по себе. Профессиональное общество, обслуживающее прессу, безусловно, относится к продвинутым социальным слоям, но может ли оно считать себя на этом основании голосом этого общества? Может быть, оно является голосом лишь самого себя?

Это привело к тому, что обманутое (или обманувшееся?) общественное сознание всю вину за несбывшиеся надежды возложило на СМИ. Отсюда резкое падение доверия к СМИ.

Четвертый процесс связан с доступом журналистов к информации. Журналисты прекрасно знают о том, какие широчайшие масштабы приобрел прием "вешания лапши на уши", то есть выдачи журналисту внешне правдоподобных, непротиворечивых на первый взгляд и подобных данных, на самом деле являющихся неполными, а то и ложными. На юридическом языке можно сказать: намеренное введение журналиста в заблуждение. Но, получая эту «лапшу», журналисты очень редко проверяют предоставленную информацию и еще реже припирают лжеца к стене, предпочитая перевешивать эту «лапшу» на уши аудитории и оправдываясь потом тем, что это не мы, журналисты, а источник информации виноват в том, что общественное мнение введено в заблуждение.

Помимо внешнего контроля за допуском журналистов к информации, все активнее проявляет себя журналистская самоцензура. Под самоцензурой следует понимать сознательное и добровольно принимаемое журналистом решение не интересоваться какими-либо фактами, а если они вдруг станут ему известными, то – не публиковать эти сведения.

Результатом этих процессов явилось возникновение извращенной системы отношений между журналистикой и другими социальными структурами. Журналисты в своей деятельности стали ориентироваться не столько на население, которое потребляет производимую журналистами продукцию, в том числе и новостную, и оплачивает услуги профессионалов, сколько на различные элиты, которым СМИ нужны не как источник информации, а как инструмент решения пиаровских, политических и иных задач.

Поэтому не вызывает удивления широчайшее распространение "заказной", в том числе и новостной журналистики, когда выбор сюжета и подход диктуются лицом, заинтересованным в освещении в прессе, за что станция, журналист, редактор или продюсер получают деньги или иное вознаграждение. Эта практика широко распространена на российском телевидении и в печати; она противоречит Закону РФ «О рекламе», принятому 18 июля 1995 года, в котором говорится, что "информационным организациям СМИ не разрешается размещать платную рекламу под видом информационных, редакционных или авторских материалов". По всеобщему убеждению, заказная журналистика стала обычным явлением.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Неудивительно, что данные опросов аудитории показывают, что многие россияне считают, что СМИ не отличаются объективностью, что журналисты выполняют заказ, что "журналисты работают на тех, кто им платит". По данным опроса,

Другим результатом действия всех этих процессов стала потеря некоторыми журналистами социального смысла собственной деятельности и возрастание профессионального цинизма. В первые годы перестройки и примерно до 1993-1994 года многие журналисты рассматривали свою деятельность как социально значимую, а себя – как реализаторов некоей социально значимой функции. Начиная с 1995 года, стала действовать модель профессии как *игры* – журналист четко отделяет себя как личность от себя как профессионала. Мои личные взгляды, интересы, убеждения – это одно, а мои действия как профессионала – это совсем другое. Доведенное до логического конца такое раздвоение личности называется шизофренией. Но я говорю не о клинических случаях доктора Джекила и мистера Хайда, а о состоянии, когда журналист снимает с себя ответственность за свои профессиональные действия на том основании, что сам к этим действиям относится не как к социально ответственной деятельности, а как к забавной игре.

Так проявился новый феномен журналистики: перевод личностной самоориентации в игровую, фиктивную форму жизнедеятельности. Понятно, что, переводя себя в пространство игровой самореализации, журналист не только перестает думать о последствиях того, что он делает, но и снимает с себя обязательство соблюдать правила *одной* игры. А ведь смысл любых правил игры в том, что они однозначно идентифицируют любую игру как данную, а не как какую-то другую. Журналист-игрок игнорирует правила игры, если они не заложены жестко, в виде неумолимого закона, в механизм самой игры, а представляют собой некоторое добровольное соглашение. Отсюда полное безразличие российских журналистов к любым этическим и профессиональным кодексам, которые во множестве сочинялись, подписывались и тут же всеми нарушались.

В этих сложных условиях российские журналисты и издатели энергично отстаивают свое право на профессиональную независимость. Прежде всего, идет борьба за создание такого информационного законодательства, которое закрывало бы возможность для властей вмешиваться в дела прессы. Журналисты требуют законодательного регулирования деятельности электронных СМИ, потому что при отсутствии Закона «О телевидении», телекомпании попадают в такую фантастическую рабскую зависимость от исполнительной власти, что вообще говорить об их существовании как независимых СМИ не приходится.

Следующее направление борьбы журналистов за собственное будущее – создание реально действующего рынка средств массовой информации.

---

проведенного Фондом “Общественное мнение”, 49% читателей и зрителей считают, что политическая позиция владельца СМИ безусловно влияет на отбор политических новостей и комментарий к ним в данном СМИ, а еще 24% ответили, что “скорее влияет”. Это означает, что 73% опрошенных не только вполне отдают себе отчет в том, что у СМИ, откуда они чаще всего узнают политические новости, есть какой-то владелец (хотя 57% опрошенных затрудняются сказать, кому именно принадлежит конкретный канал или издание), но и ясно осознают, что именно точка зрения этого лица преподносится данным СМИ как “объективное отражение действительности”.

В советские годы была создана по-своему совершенная система организации деятельности прессы с нормируемыми, фиксированными тиражами, с планируемой подпиской, с фиксированными ценами и так далее. Эта система обеспечивала для журналистов довольно комфортную среду. После того, как средства массовой информации получили свободу, выяснилось, что у этой свободы есть своя теневая сторона. Рынок, в который они попали, оказался совсем не таким, каким его описывали в книжках. Пытаясь как-то приспособиться к тому странному рынку, который у нас образовался, лишь некоторые издания пошли по рыночному пути, продвигая себя в качестве товара, или модифицируя себя под потребительский интерес, привлекая рекламу и др. Однако большая часть редакторов использовала совсем другие методы: публикация заказных материалов под видом журналистских расследований, сдача внаем помещений, неуплата налогов, использование "черного нала" и т.д. В это же время начался процесс активного "присасывания" определенной части прессы к органам власти. Возникла проблема коррумпированности прессы. Таким образом, как отмечается в проекте доклада «Индустроля российских средств массовой информации», после десяти лет развития СМИ в России сложился деформированный рынок, который очень далек от рынка в общепринятом смысле. На электронном рынке – государство по-прежнему остается самым крупным игроком и одновременно регулирующим субъектом рынка. На печатном (региональном) рынке – государство использует систему дотаций и субсидий как внерыночный механизм влияния. Негосударственные СМИ ограничены в возможностях развивать медиа как бизнес из-за объективно небольших объемов рекламного рынка, низкого уровня корпоративного менеджмента, разобщенности участников индустрии, отсутствия механизмов лоббирования индустриальных интересов.

Значимость этой проблемы сейчас остро осознается всеми, кто заинтересован в позитивном развитии российской прессы. Отсюда стремление повысить прозрачность рекламного и информационного рынка. Предпринимаются усилия по аудиту тиражей печатных СМИ и надежному определению рейтингов телепрограмм. Это позволит привлечь рекламодателей, которые сегодня обеспокоены невозможностью определить эффективность своей рекламы в различных СМИ.

Однако многие специалисты указывают, что усилия по развитию масс-медиийного рынка сами по себе не могут обеспечить превращение журналистики в социально ответственный медиабизнес. Для того, чтобы пресса стремилась создавать качественный информационный продукт и была заинтересована в повышении своей социальной ответственности, нужны, как минимум, три условия:

– развитой свободный рынок, стимулирующий стремление производителей рекламировать свои товары и услуги;

– динамичное общество, требующее от своих членов быстрой реакции и умения принимать эффективные решения в постоянно изменяющихся условиях;

– достаточно многочисленный и обеспеченный средний класс (то есть предприниматели, юристы, преподаватели, врачи, дилеры, брокеры, торговцы, финансисты и проч.), готовый платить за качественную информацию.

Ничего этого в России нет. Есть псевдорынок, контролируемый властью и несколькими крупными монополиями, получившими доверенность от власти на управление мелкими рыбешками. Есть вялое, апатичное сообщество индивидов, прячущихся от любых вопросов в заботу о семье или собственном выживании. И нет ничего похожего на средний класс.

Поэтому наращивая усилия по становлению и развитию информационного рынка, журналистское сообщество должно озабочиться решением по крайней мере двух проблем.

Одна из них связана с более тесным сотрудничеством журналистского сообщества с правозащитным сообществом и структурами гражданского общества. Без такого сотрудничества журналистское сообщество не сможет преодолеть сопротивление власти, которая ни за что не позволит возникнуть крупным медийным структурам, способным вести самостоятельную информационную политику.

И еще одна группа проблем, решение которых необходимо для создания условий для становления социально ответственной журналистики касается механизмов саморегулирования отношений внутри СМИ. В Англии никому не придет в голову сразу бежать в суд, если в газете опубликована недостоверная информация. Есть специальные общественные и корпоративные институты, которые лучше любого закона контролируют соблюдение журналистами корпоративных правил социально ответственной деятельности. В России, к сожалению, профессиональное сообщество еще не сформировалось. Многие журналисты не чувствуют ответственности перед своими коллегами (не говоря уж о читателях или зрителях), что приводит к большому количеству нарушений профессиональной этики. Спекулируя на этом, ряд консервативных законодателей призывает принять жесткие законы, которые обеспечили бы защиту общества и государства от безответственных журналистов. Чтобы избежать такой перспективы, многие российские журналисты считают, что пришло время для создания эффективных институтов, которые должны заниматься саморегулированием отношений внутри средств массовой информации и их отношений с гражданами, с общественными и государственными институтами.

### **Права не дают, права берут**

В журналистской профессиональной среде резко негативно воспринимаются призывы использовать СМИ для пропаганды чего бы то ни было. Проводимые нами исследования показали стойкую идиосинкразию журналистов к любым попыткам «втянуть» их в какие-либо социально ангажированные мероприятия. «Наше дело – давать информацию» – эта максима стала краеугольным камнем профессионального сознания значительной части российских журналистов. Все руководители масс-медиа клянутся, что ни на кого не влияют, а думают только о том, чтобы удовлетворить потребности людей в информации.

С точки зрения господствующих стандартов и норм профессионального сознания журналист не имеет права заниматься кампаниями – это дело PR. В связи с этим возникает проблема теоретического обоснования

самой возможности вовлечения СМИ в процесс пропагандистского (не будем прятаться от этого слова) сопровождения общественных кампаний.

Ни в коей мере не посягая на профессиональных идолов, хотел все-таки напомнить, что и внутри журналистского сообщества есть пусть небольшие, но вполне влиятельные группы профессионалов, которые прекрасно понимают, что средства массовой информации – это инструмент, с помощью которого можно менять сознание людей – по крайней мере, некоторых людей, в какой-то степени. Речь идет о сторонниках концепций так называемой «гражданской», «коммунитарной», «социальной» журналистики. По мнению сторонников этих концепций, журналистика не просто отображает действительность, информируя аудиторию о происходящих событиях и давая возможность обменяться мнениями по различным поводам, но и особым образом участвует в регулировании отношений между людьми и социальными общностями, стремясь позитивно влиять как на сами эти отношения, так и на социальные структуры, управляющие различными сферами общественной жизни.

Другими словами, социальная (гражданская, коммунитарная) журналистика ориентируется не просто на информирование и выражение общественного мнения, а на непосредственное вмешательство в реальную жизнь.<sup>48</sup>

Необходимость подобной переориентации объясняется тем, что весь набор традиционных понятий, с помощью которых современный россиянин описывает себя и окружающий мир, перестает работать. Утрачивают смысл самые простые слова: сегодня мы вряд ли сможем объяснить даже самим себе, что такое «гражданское общество», «класс», «семья» и т. д. Если XIX век и начало XX века – это эпоха господства стандартных биографий в условиях индустриальной цивилизации, то теперь человек вынужден гораздо чаще перемещаться с одного социального места на другое, чаще выбирать между принципиально разными социальными статусами, чаще менять свою идентичность, вплоть до смены своего пола. Изменились и общественные представления о том, какой жизненный выбор – нормальный, а какой – нет. Иными словами, на смену человеку стандартного жизненного пути приходит человек индивидуального жизнен-

---

<sup>48</sup> Не надо думать, что эти идеи возникли недавно. Даже в американской прессе – цитадели идеалов неангажированной информации – хорошо известен опыт участия СМИ в повышении общественной толерантности. Правда, в американской прессе было два лагеря. Один из них боролся против толерантности, отстаивая идею величия белой европейской культуры и второсортности всех остальных культур. Но довольно значительная часть американских средств массовой информации целенаправленно вела пропаганду (здесь сложно подобрать другое слово) многомерности культурного пространства, права разных людей на разную культуру. Здесь выяснилась интересная вещь: да, знамя объективизма продолжало речь, но как только возникала национальная проблема, американская пресса тоже становилась «организатором, пропагандистом и агитатором», причем в самом жестком смысле.

ного проекта. Следовательно, СМИ должны взять на себя ту роль, которую когда-то, в эпоху Просвещения, они уже выполняли: роль помощника человека, осуществляющего выбор своего жизненного проекта.

XXI век отличается от всех прочих тем, что люди сейчас живут не столько в мире реалий, сколько в мире образов, в виртуальном мире. То есть большая часть сознания человека заполнена не его жизненными впечатлениями, не теми образами, которые он получил благодаря жизненному опыту, а чужими образами, медийными картинками – то есть продуктом самих СМИ. Следовательно, журналист в настоящий момент выступает не как субъект, сообщающий о действительности, а как человек, задающий либо картину мира, либо повестку дня. Если раньше, когда американцы формулировали свою объективистскую концепцию, они исходили из того, что есть действительность и о ней надо сообщить человеку, то сейчас мы все понимаем, что то, что называется действительностью – тоже, на самом деле, выдумка журналистов. Если журналист не написал о каком-либо событии – события нет. Действительности как таковой нет, а есть только те ее сюжеты и фрагменты, которые созданы самими журналистами. Если сейчас спросить людей, что они знают о действительности, то выяснится, что они знают только то, что им сообщили журналисты. Таким образом, журналист становится ответственным не за точное воспроизведение действительности, которую все равно невозможно воспроизвести – она слишком многообразна, а за все, что так или иначе помещается в общественном сознании. И если журналист за это отвечает, то, видимо, он должен отвечать также и за связь картины мира, находящейся в головах людей, с тем миром, в котором они живут. И тогда он должен взять на себя ответственность не за манипулирование, не за формулирование единственного вектора деятельности, а за предъявление населению неких технологий ее преобразования. То есть дело журналиста в XXI веке – давать не факты, а технологии деятельности. Мы говорим населению: у вас есть такая-то проблема, а вот способы ее решения, которые мы как профессионалы нашли и предоставляем вам на выбор. Отличие этой позиции от марксистской заключается в том, что марксистская позиция внедряла единственную правильную с какой-то точки зрения технологию: жить надо так и только так. А мы сейчас можем предъявлять разные способы деятельности, апробированные в разных условиях, и мы их не навязываем, а именно предлагаем.

И здесь мы выходим на кампании. Смысл современной кампании заключается в том, что мы должны давать не один-единственный урок, не одну-единственную схему, а веер этих схем. Мы вместе с населением осмысливаем некие решения проблем и помогаем людям найти оптимальную версию и попытаться ее реализовать. Мы можем вернуть газетам право на проведение кампаний, если осознаем, что время объективистской журналистики закончилось. Сейчас нет ни действительности как таковой, ни отдельных медийных образов. Есть некая странная виртуальная целостность, в которой сами журналисты уже тоже путаются. Характерный пример – влияние социологических рейтингов на поведение избира-

телей. Достаточно опубликовать любой рейтинг – даже самый дурацкий, – как он немедленно воплощается в поведение. Люди, увидев эти рейтинги, выбирают тех, чей рейтинг выше. Получается, что абсолютно виртуальная вещь воплощается в действительность.

Таким образом, проблема заключается в том, что профессиональное сообщество должно отчетливо осознать, что мы работаем не в мире реалий, не в мире реальных фактов, а в мире, где наше слово – это, видимо, и есть дело.

Я мало верю в то, что с помощью СМИ можно влиять на глубинные слои личности. СМИ щекочут поверхность сознания: мы легко получаем знания из СМИ, с некоторым напряжением получаем мнения и резко негативно относимся к попыткам повлиять на наши глубинные установки. Но, с другой стороны, подавляющее большинство наших сограждан действительно получает до 90% эмоций из СМИ, и установки, сформировавшиеся в раннем детстве, все время подкрепляются СМИ, потому что основной материал российских средств массовой информации сейчас дает подтверждение самым реакционным, самым ксенофобским представлениям основной массы людей.

И все-таки, можно ли найти способ, технологию вовлечения журналистов и редакций в работу по размыванию этих интолерантных установок? Мы снова выходим на кампании, поскольку давно понятно, что отдельная публикация вообще ни на что не может повлиять. Много разных публикаций тоже ни на что не влияют, потому что они рассыпаны и противоречивы. То есть, нужны медийные кампании. Особенностью таких кампаний должно стать широкое участие местного сообщества в их разработке и реализации. Дело журналиста – стать переговорной площадкой, для того чтобы местное сообщество попыталось консолидироваться на идее толерантности. Понятно, что ориентация не на информационный, а на прагматический эффект модифицирует и творческий процесс, влияя на выбор темы, сбор фактического материала, структурирование текста и подбор выразительных средств. Но это – тема отдельного разговора.

*Размещено на портале «Толерантность»  
[Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://www.tolerance.ru/Metod-problemy.php?PrPage=SMI>*

## СОЦИАЛЬНОЕ НАСИЛИЕ И ТОЛЕРАНТНОСТЬ: РЕАЛЬНОСТЬ И МЕДИА-ОБРАЗЫ (И.М. Дзялошинский)

Насилие, экстремизм всегда были частью жизни общества и человека, ее естественной составляющей. Насилие повсюду. Насилие – универсально. На нем строятся педагогика, секс, реклама, семейная жизнь... Анализ материалов, полученных в ходе исследований, проведенных Независимым Институтом коммуникативистики, показывает: хотя большинство россиян в принципе не одобряют интолерантное поведение и даже негативно относятся к фактам немотивированной агрессивности, но вместе с тем почти 30% граждан не видят ничего дурного в интолерантном поведении. Кроме того, приходится констатировать, что, не одобряя такое поведение в принципе, многие из наших сограждан (от 33% до 42%) довольно часто совершают интолерантные поступки, прекрасно, однако, понимая их несовместимость с правилами человеческого общежития, но одновременно считая, что они вынуждены так поступать в определенной ситуации и потому имеют на это право. При этом уровень немотивированной агрессии по отношению к представителям других наций и народностей довольно высок.

Сторонники политического экстремизма и ксенофобии, национализма, шовинизма, антисемитизма этим пользуются. В стране действуют десятки военизированных экстремистских организаций, издаются сотни газет, книг, брошюр, листовок, в которых пропагандируются национальная, религиозная и социальная рознь, ведется психологическая подготовка, оправдывающая применение насилия, цель которого – свержение законно избранной власти и установление в стране «национально-ориентированного» режима. По данным социологов, идеология национал-шовинизма находит, к сожалению, откровенную поддержку не только у определенной части населения, но и среди работников государственного аппарата, военнослужащих, сотрудников правоохранительных органов. Активно ведется безнаказанная пропаганда, призывающая к изгнанию «инородцев» из России. Следствием этой пропаганды, не получающей должного противодействия, является распространение ксенофобии, а также конкретные криминально-террористические действия: взрывы, погромы, акты физического насилия, плакаты с оскорбительными лозунгами, призывающими к насилию по отношению к мигрантам и представителям так называемого некоренного населения.

В печати все чаще мелькает термин «криминализация несовершеннолетних». Сообщают об угрожающих темпах роста детской и подростковой преступности. Можно констатировать, что наше общество застигнуто врасплох этим грозным явлением, семья, школа, церковь, детские организации оказались перед ним бессильными. Конечно, опасная тенденция к усилению насилия среди молодежи свойственна далеко не одной России и не только странам, переживающим период социальных и ценностных

сдвигов. Она присуща и вполне благополучным обществам. Однако там она давно стала объектом пристального внимания социальных работников, политиков, которые в своих долгосрочных стратегиях опираются на солидный пласт разработок, проведенных социологами, психологами, психиатрами, педагогами, философами.

Все шире распространяются взгляды, согласно которым интересы «национальной и международной безопасности» не позволяют уповать на сентиментальность и толерантность. Напротив, обычно говорится, что необходима суровая борьба за наведение необходимого порядка и дисциплины. Голоса же тех, кто считает порочной идею борьбы против злакачественной агрессии методами кровной мести и пресечения насилия насильственными же средствами, практически не слышны. Многие публично иронизируют над немногочисленными высказываниями сторонников концепций толерантности, которые считают, что даже в тяжелейшей исторической обстановке необходимо вновь и вновь поднимать вопрос о предпочтительности борьбы с культом инстинкта смерти и террором. Их логика действий основывается не на кровном мщении и том же насилии, а на человеческой солидарности и, как минимум, на формуле разумной извещенной толерантности.

История XX века показала, что среди причин насилия появились и относительно новые, связанные с воздействием на сознание и поведение людей с помощью средств массовой информации. Специалисты много спорят о роли СМИ в создании той общественной атмосферы, в которой существует терроризм. И здесь приходится констатировать, что этот общественный климат для терроризма весьма благоприятен, что также способствует его распространению. Стоит включить телевизор, неважно где: в Нью-Йорке, Сан-Паулу или Москве, – и на вас обрушаются бесконечные боевики: звучат выстрелы, льется кровь, захватываются самолеты, страдают заложники, а «крутые парни», облаченные в спец обмундирование, сражаются насмерть с «крутыми авантюристами». Уже не один десяток лет полицейский, шпион, человек из «органов» и романтический налетчик являются героями нашего времени. Эти триллеры награждаются кинопремиями, иногда даже Оскарами. Агрессивность, насилие буквально пронизывают современный шоу-бизнес. 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.

Еще в 1969 году Национальная комиссия США по расследованию причин и предотвращению насилия сделала вывод о том, что жестокие фильмы учат людей добиваться своих целей с помощью насилия. Один из ведущих мировых исследователей агрессии Леонард Берковиц указывал, что в 1975 году, после покушения на президента Джералда Форда, о котором подробно рассказывалось в СМИ, число угроз, пришедших в адрес президента, выросло в три с лишним раза. Аналогичные истории происходят и в тех случаях, когда СМИ сообщают о серийных убийствах. Берковиц считает, что новости о насильственных событиях и соответствующие фильмы могут разбудить жестокость в некоторых людях. В 1975 году

психологи Лейенс и Камино (Бельгия) провели такое исследование: одним мальчикам-подросткам в течение пяти дней подряд показывали жестокие фильмы, другим – нейтрального содержания. И первые стали чаще нападать друг на друга, а вторые вели себя как прежде. К аналогичным результатам пришла в 1991 году американка Венди Вуд. «Изображение насилия в СМИ, – пишет она, – влияет на уровень агрессивности человека». Берковиц даёт этому явлению такое объяснение: когда люди сталкиваются с неким стимулом или событием, им в голову приходят родственные этому событию идеи. Например, если одному испытуемому предлагают составить предложение из «агрессивных» слов («пистолет», «ударить», «напасть» и пр.), а другому – из слов нейтрального значения, то первый после эксперимента продемонстрирует повышенный уровень агрессивности. Попросту говоря, он будет думать о пистолетах, ударах и нападениях. Но даже чрезвычайно агрессивный фильм НЕ спровоцирует усиливающие агрессию мысли и моторные реакции, если насилие в нем будет подано как нечто отвратительное и осуждаемое. То же самое касается и «реальных» телепередач. Скажем, новости об убийце, казненном или приговоренном к пожизненному заключению, способны привести к кратковременному спаду уровня убийств в стране. Вероятность появления агрессивных мыслей у зрителя снижается, если он не слишком «втягивается» в сюжет, осознавая, что это «всего лишь кино». Взрослые люди могут управлять своим сознанием, а вот дети... Они не понимают, что все это «понарошку». По данным Берковица, дети из неимущих семей менее склонны осознавать, что кино – это лишь вымысел, и поэтому они могут подвергаться большему воздействию телевизионной агрессии. Большинство же российских детей растут в неимущих семьях...

Телевизионная агрессия не только провоцирует реальную жестокость, она учит относиться к ней как к норме. Дети, посмотревшие агрессивный фильм, наблюдают за настоящей дракой более равнодушно, чем те, кто фильма не видел, и не пытаются вмешаться. Та же реакция была обнаружена и у студентов. «Чрезмерно частый показ насилия по телевидению, – пишут психологи Томас и Хортон, – может привести к тому, что население будет все больше привыкать к насилию». Получается, что люди смотрят жестокие фильмы, и в памяти у них откладываются соответствующие сценарии поведения. Особенно если герои добиваются своего, но не получают наказания.<sup>49</sup>

Американский психиатр Д. Хаббарт проинтервьюировал сотни угонщиков самолетов – и почти все они говорили о воздействии на них медийной продукции. В 1979 году демонстрация в одном из американских кинотеатров гангстерских фильмов «Ночные бульвары» и «Воины» (*«Warriors»*) настолько возбудила присутствующих в зале подростков, что они открыли стрельбу, убив 8 и ранив 5 человек. Эти примеры можно множить. Достаточно взглянуть на нынешнюю Россию, где «фанаты» и

---

<sup>49</sup> Телевизионное насилие формирует жизненные стратегии зрителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.i-news.org/viewnews/religion/16658>

«бритоголовые» выросли в атмосфере десятилетнего беспредела на телевизионных экранах.

Роль средств массовой информации, которые соревнуются между собой в сенсационной подаче материалов о террористических актах, аналогична. Журналисты ссылаются на принцип объективности, обязанность предоставлять публике жизненные факты. Но прав американский автор Л. Мартин, утверждающий, что в основе этого лежит погоня за высоким рейтингом, что для новсмейкеров событие, связанное с терроризмом, – это новость высокого качества (*high news value*). В результате СМИ, сами, возможно, того не осознавая, работают на террористов, создавая им паблисити. Коммерческий успех любой ценой, этот главный внутренний импульс современной шоу- и СМИ-индустрии, приводит медиа к вольной или невольной пропаганде терроризма.

Таким образом, к традиционным объяснениям истоков насилия (врожденная склонность человека к насилию; экономические и социальные особенности условий жизни общества; особенности взаимоотношений конкурирующих групп населения) добавились новые, указывающие на то, что существуют формы насилия, которые не имеют видимых социальных и экономических причин. Эти формы становятся особо значимыми в условиях информационного общества. Анализ показывает, что нередко причиной этих конфликтов становится некая «скрытая» от глаз информация, которая толкает к применению массового насилия. Такая скрытая информация может возникать стихийно, как некий предрассудок, воспринимаемый общественным сознанием, как не требующая доказательств истина. Но она может формироваться и вполне целенаправленно, возникать в результате усвоения определенных идеологических постулатов.<sup>50</sup>

Средства массовой информации России, освещая проблему насилия, в основном живописуют жестокость, с которой участники насилийных 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 насилиниками.

Особый интерес СМИ вызывают массовые формы насилия – кто бы их ни совершил, чем бы и как бы ни мотивировал. Террористы, антиглобалисты, футбольные фанаты, бунтующие студенты издавна являются любимыми героями медийных материалов.

Кроме того, на людей действуют не только образы насилия (то есть семантика медиатекстов), но и специфический «язык вражды», которым пользуются СМИ, описывая даже вполне мирные ситуации. Агрессивную реакцию значительной доли населения вызывают сексизм и эротика, отвязный молодежный стёб (сленг), агрессивная реклама.

Разумеется, значение СМИ в продвижении норм агрессивного поведения людей нельзя преувеличивать. Многие исследователи считают, что «высокий уровень насилия, характерный для современной кино- и телевизионных

---

<sup>50</sup> Скворцов Л.В. Общество и насилие // Октябрь. – 1997. – №11.

продукции, предположительно, наряду с другими факторами, может оказывать свое влияние на осуществление некоторых видов агрессивного поведения, но не следует переоценивать важность этой зависимости.<sup>51</sup> Проще говоря, насилие на экране не является первичной мотивацией агрессивного поведения. Кстати, в свое время, основываясь на обширном исследовательском материале, аналогичный вывод сделал И.С. Кон в отношении порнографии.

Другие исследователи полагают, что реакция на прочитанное, услышанное или увиденное зависит от интерпретации полученного сообщения. По существу, воздействие масс-медиа объясняется праймингом – активизацией воспоминаний. Другими словами, насилие в СМИ может вызвать соответствующие мысли и идеи. В свою очередь, эти мысли могут вызвать конкретные эмоции и поведенческие реакции. Причем, происходит все это почти автоматически.

Следовательно, необходимо, чтобы журналисты, определяющие основной набор транслируемых через СМИ образов и суждений, были, как минимум, знакомы с современным пониманием проблематики насилия. И совсем было бы хорошо, если бы журналисты понимали свою роль в культивировании той терроресреды, в которой всем нам приходится жить из-за специфического толкования некоторыми СМИ своих профессиональных и социальных обязанностей.

*Предисловие к кн.: Социальное насилие и толерантность: реальность и медиа-образы. – М., 2004.*

---

<sup>51</sup> См. об этом: Бэрон.Р., Ричардсон. Д. Агрессия. – СПб., 1998. – С. 117.

# ВОСПРИИМЧИВОСТЬ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ УСТАНОВОК ТОЛЕРАНТНОСТИ

*(И.М. Дзялошинский  
М.И. Дзялошинская)*

Для получения информации о восприимчивости аудитории СМИ к пропаганде установок толерантности Независимый институт коммуникативистики провел опрос населения в городах Воронеж, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара, Новосибирск. Опрос проводился с использованием двух методов: раздаточного анкетирования (опрошено 586 человек) и фокус-групповых дискуссий, в которых приняли участие 142 человека. Основные характеристики опрошенных представлены в табл.1, 2.

Таблица 1

## Участники раздаточного анкетирования

Пол	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Мужской	31.1	49.5	55.7	37.2	42.2
Женский	68.9	49.5	44.3	62.8	57.8

Возраст	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
До 21года	18.9	32.0	13.4	12.8	27.5
22 – 34 года	38.7	22.3	41.2	42.3	35.3
35 – 55 лет	34.0	35.9	35.1	33.3	24.5
Больше 55 лет	8.5	8.7	10.3	11.5	12.7

Образование	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Начальное	5.7	1.0	2.1	5.1	2.9
Среднее, среднее специальное	25.5	27.2	24.7	20.5	26.5
Высшее	66.0	68.0	63.9	71.8	66.7
Имею Учёную степень	2.8	2.9	8.2	2.6	3.9

## Российские СМИ: как создается образ врага

Должностной статус	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Руководитель высшего звена	12.3	7.8	11.3	19.2	5.9
Руководитель среднего звена	4.7	14.6	22.7	21.8	14.7
Рядовой работник	61.3	39.8	51.5	43.6	52.9

Сфера деятельности	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Промышленность	28.3	19.4	27.8	12.8	7.8
Торговля, общепит, ЖКХ, бытовое обслуживание	9.4	3.9	11.3	11.5	21.6
Здравоохранение, соцобеспечение	0.9	1.9	3.1	5.1	7.8
Образование	13.2	13.6	17.5	14.1	11.8
Культура	11.3	2.9	2.1	2.6	4.9
Кредитование, финансы, банковская деятельность	0.9	1.9	1.0	0.0	9.8
Органы власти и управления	6.6	2.9	2.1	1.3	0.0
Общественные организации	3.8	7.8	3.1	1.3	2.0
СМИ, реклама, PR	3.8	4.9	12.4	10.3	3.9
Неработающие пенсионеры	1.9	5.8	3.1	5.1	3.9
Учащиеся высших и средних учебных заведений	15.1	29.1	8.2	9.0	20.6
Армия, органы правопорядка	0.0	1.9	3.1	21.8	2.9
Временно неработающие, домохозяйки и пр.	28.3	19.4	27.8	12.8	7.8
Другое (предприниматель)	9.4	3.9	11.3	11.5	21.6

Таблица 2

Участники фокус-групп

Пол	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Мужской	33.3	17.2	30.0	66.7	68.2
Женский	66.7	82.8	70.0	33.3	31.8
Возраст	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
До 21года	6.7	27.6	26.7	56.7	4.5
22 – 34 года	43.3	17.2	60.0	26.7	72.7
35 – 55 лет	40.0	34.5	10.0	13.3	18.2
Больше 55 лет	10.0	20.7	3.3	3.3	4.5
Образование	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Начальное	0	6.9	0	23.3	0
Среднее, среднее специальное	20.0	41.4	6.7	33.3	9.1
Высшее	76.7	51.7	93.3	3.3	90.9
Имею Учёную степень	3.3	0	0	0	0
Материальное положение семьи	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Мы живем от зарплаты до зарплаты	13.3	20.7	0	13.3	0
На ежедневные расходы денег хватает	33.3	37.9	13.3	13.3	22.7
В основном денег хватает	43.3	31.0	56.7	43.3	45.5
Покупка товаров длительного пользования – без трудностей	6.7	10.3	26.7	23.3	27.3
Мы можем позволить себе любые покупки	3.3	0	3.3	3.3	4.5

## Российские СМИ: как создается образ врага

Сфера деятельности	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Промышленность	20.0	3.4	0	0	4.5
Торговля, общепит, ЖКХ, бытовое обслуживание	6.7	3.4	3.3	0	4.5
Здравоохранение, соцобеспечение	0	3.4	3.3	0	13.6
Образование	16.7	10.3	6.7	0	31.8
Культура	0	0	0	0	4.5
Кредитование, финансы, банковская деятельность	3.3	0	0	0	22.7
Органы власти и управления	13.3	0	0	0	0
Общественные организации	20.0	10.3	10.0	0	0
СМИ, реклама, PR	3.3	6.9	60.0	6.7	4.5
Неработающие пенсионеры	6.7	20.7	0	0	0
Учащиеся высших и средних учебных заведений	6.7	31.0	6.7	50.0	13.6
Армия, органы правопорядка	0	3.4	0	0	0
Временно неработающие, домохозяйки и пр.	0	6.9	6.7	0	0
Другое (предприниматели, заключенные)	3.3	0	0	43.3	0

Должностной статус	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Руководитель высшего звена	10.0	0	16.7	6.7	9.1
Руководитель среднего звена	13.3	13.8	33.3	16.7	22.7
Рядовой работник	60.0	27.6	33.3	26.7	50.0

Примечание. \* На вопрос отвечали только работающие, поэтому сумма по городам меньше 100%.

## Настроения, установки и представления опрошенных

Полученные в ходе исследования данные о материальном положении семей, в которых живут опрошенные, дают основания для осторожного

оптимизма. 36 процентов опрошенных обозначили свое материальное положение как вполне удовлетворительное. Исследования, проведенные в этих же городах в прошлые годы, фиксировали иные результаты. По-прежнему различия в материальном достатке между жителями разных регионов довольно высоки, но в целом можно отметить общий сдвиг в сторону повышения удовлетворенности своим материальным положением (табл. 3).

Таблица 3

**Данные о материальном положении семей опрошенных представителей населения**

<i>Материальное положение</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Ново-сибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Мы живем от зарплаты до зарплаты, часто приходится занимать деньги	18.9	13.6	7.2	9.0	7.8
На ежедневные расходы денег хватает, но, чтобы купить одежду, приходится брать в долг	34.0	35.9	20.6	28.2	25.5
В основном денег хватает, но на дорогие вещи длительного пользования наших сбережений недостаточно	31.1	35.0	40.2	39.7	39.2
Покупка товаров длительного пользования не вызывает трудностей, но квартира, машина пока недоступны	11.3	12.6	24.7	15.4	21.6
Мы можем позволить себе дорогостоящие покупки, ни в чем себе не отказываем	1.9	1.9	6.2	5.1	3.9

Опрошенным был задан вопрос: «Какие из проблем нашего общества беспокоят Вас больше всего?» и был предложен достаточно стандартный список проблем. Полученные на этот вопрос ответы позволяют констатировать, что большую часть опрошенных во всех регионах, в которых проводился опрос, сильнее всего беспокоят, разумеется, низкий уровень доходов, задержки с выплатой зарплаты, пенсий и т.п. Однако, если все проблемы, беспокоящие опрошенных, сгруппировать в блоки, то получится следующая картина.

На первом месте окажутся **социальные проблемы**: распространение наркомании, ухудшение состояния окружающей среды, организованная и уличная преступность, бандитизм, взяточничество чиновников, угроза терактов и т.п. Они в сумме дают больший процент обеспокоенных, чем

проблемы, которые мы условно отнесли к **материальным проблемам**: бедность, безработица, низкая зарплата, рост цен, задержки с выплатой зарплаты, пенсий и др.

На третьем месте комплекс проблем, которые тоже достаточно условно, можно обозначить как **духовные**: кризис морали, культуры, нравственности; отсутствие ясных целей, ориентиров развития страны и т.п.

Четвертая группа проблем относится к **политике**: слабость, беспомощность государственной власти; конфликт в Чечне; угроза диктатуры.

Разумеется, есть существенная разница между тем, как видят иерархию проблем в разных регионах. Например, на бедность сетуют более 50 процентов опрошенных в Самаре, и чуть больше 36 процентов в Новосибирске. Наркомания вышла на второе место в Новосибирске, и на 4-е в Воронеже. Организованная преступность волнует 30 процентов жителей Новосибирска и 17 процентов жителей Воронежа. Кризис морали, культуры и нравственности жители Воронежа и Санкт-Петербурга поставили на второе место, а жители Екатеринбурга на шестое.

Комментируя предложенный список проблем, опрошенные предложили множество своих формулировок. В частности, в «другие» попали проблемы, связанные с состоянием системы образования, беспризорники, игнорирование проблем материнства и детства, отсутствие госпрограмм о защите детства и детей, отсутствие молодежной политики, отказ от собственных идеалов в пользу западных, отсутствие национальной идеи, плохие жилищные условия, развал армии, рост агрессии, увеличение попрошайек, появление большого количества иностранных граждан, в частности китайцев и даже такая проблема, как появление огромного количества ненужной информации (табл. 4).

Таблица 4

### Проблемы общества, беспокоящие больше всего

Проблемы	Воронеж		Екатеринбург		Ново-сибирск		Самара		Санкт-Петербург	
	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг
<b>Материальные</b>										
Бедность людей, низкая зарплата	43.4	1	43.7	1	36.1	1	51.0	1	47.1	1
Рост цен	31.1	3-4	30.1	2-3	20.6	6-7	23.1	5	18.6	7-8
Задержки с выплатой зарплаты, пенсий	8.5	14	6.8	14	4.1	14	2.6	16	4.9	15
Нехватка продуктов питания, товаров первой необходимости	3.8	15	1.9	16-17	0.0	0	1.3	17-18	0.0	0
Безработица	14.2	9-10	18.4	8	7.2	12-13	11.5	10-13	8.8	13

Социальные										
Распространение наркомании	31.1	3-4	30.1	2-3	35.1	2	34.6	2-3	20.6	4
Ухудшение состояния окружающей среды	19.8	5-6	28.2	4	23.7	5	25.6	4	16.7	10
Организованная преступность, бандитизм	17.0	7	26.2	5	28.9	4	21.8	6	18.6	7-8
Уличная преступность, кражи	14.2	9-10	17.5	9	19.6	8-9	12.8	9	19.6	5-6
Корыстность, взяточничество чиновников	9.4	12-13	19.4	7	18.6	10-11	11.5	10-13	17.6	9
Угроза терактов	13.2	11	12.6	11-12	20.6	6-7	14.1	8	14.7	11
Политические										
Слабость, беспомощность государственной власти	15.1	8	16.5	10	18.6	10-11	20.5	7	19.6	5-6
Конфликт в Чечне	9.4	12-13	12.6	11-12	7.2	12-13	11.5	10-13	9.8	12
Угроза диктатуры	0.9	17-18	1.9	16-17	2.1	16	1.3	17-18	3.9	16
Духовные										
Кризис морали, культуры, нравственности	40.6	2	20.4	6	33.0	3	34.6	2-3	42.2	2
Отсутствие ясных целей, ориентиров развития страны	19.8	5-6	11.7	13	19.6	8-9	11.5	10-13	21.6	3
Уход от идеалов социализма	1.9	16	0.0	0	1.0	17	3.8	15	0.0	0
Другие проблемы	0.9	17-18	4.9	15	3.1	15	5.1	14	6.9	14

В ходе исследования опрошенным было предложено определить список тех ценностей, которые, по их мнению, должны будут доминировать в ценностной системе россиян XXI века. Опрос показал, что в первую десятку ценностей вошли законность, здоровье, профессионализм, безопасность, крепкая семья, нравственность, свобода, культура, согласие и мир, патриотизм и ответственность. Что касается таких ценностей, как благо-

получие, справедливость, равноправие, демократия, порядок, достоинство, прогресс, милосердие, частная собственность и красота, то они вошли во вторую десятку. Были названы и другие ценности: стабильность, интернационализм, терпимость. В самом низу иерархии ценностей разместились державность, коллективизм, соборность.

За этими усредненными иерархиями прячутся существенные различия по регионам. Например, жители Екатеринбурга поставили безопасность на третье место, а опрошенные из Воронежа на шестое. В Воронеже нравственность стоит на четвертом месте, а в Новосибирске на 9-10. Патриотизм в Санкт-Петербурге стоит на втором месте сразу после законности, а в Екатеринбурге и в Новосибирске на 12-13 (табл. 5). Вряд ли жители этих городов менее патриотичны, чем петербуржцы. Видимо, у них пока нет необходимости так горячо переживать эту проблему.

Таблица 5

### Главные ценности для граждан России в XXI веке

Ценности	Воронеж		Екатеринбург		Ново-сибирск		Самара		Санкт-Петербург	
	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг
Законность	48.1	1	34.0	2	40.2	2	43.6	1	59.8	1
Здоровье	37.7	2	38.8	1	42.3	1	38.5	2	29.4	3
Профессионализм	22.6	8-9	25.2	5-6	35.1	3	24.4	7-8	27.5	5
Безопасность	25.5	6	33.0	3	33.0	4	32.1	4	12.7	16-17
Крепкая семья	27.4	5	23.3	7-8	27.8	5	25.6	5-6	28.4	4
Нравственность	31.1	4	21.4	9	21.6	9-10	33.3	3	20.6	11
Свобода	21.7	10	28.2	4	24.7	7-8	24.4	7-8	23.5	9
Духовность, культура	36.8	3	11.7	18	25.8	6	25.6	5-6	24.5	8
Согласие, мир	23.6	7	16.5	13	20.6	11	20.5	12	26.5	6-7
Патриотизм	19.8	11-13	17.5	12	17.5	13-15	23.1	9-10	30.4	2
Ответственность	19.8	11-13	25.2	5-6	18.6	12	15.4	16	26.5	6-7
Уважение, любовь	22.6	8-9	23.3	7-8	21.6	9-10	16.7	15	16.7	14
Благополучие	18.9	14	15.5	14-15	24.7	7-8	17.9	13-14	6.9	21-23
Справедливость	19.8	11-13	19.4	10-11	15.5	16-17	21.8	11	6.9	21-23
Равноправие	9.4	18	9.7	21-22	10.3	20	23.1	9-10	18.6	12-13
Демократия	6.6	19-20	14.6	16-17	17.5	13-15	6.4	21	21.6	10
Порядок	14.2	17	15.5	14-15	12.4	18-19	14.1	17	7.8	20
Достоинство	2.8	26	14.6	16-17	12.4	18-19	11.5	18-19	18.6	12-13
Прогресс	6.6	19-20	10.7	19-20	17.5	13-15	11.5	18-19	8.8	18-19
Милосердие	15.1	16	5.8	23	9.3	21	9.0	20	2.9	24-26
Частная собственность	3.8	24-25	10.7	19-20	8.2	22	3.8	23-24	13.7	15

Гармония, красота	4.7	22-23	9.7	21-22	7.2	23	2.6	25-26	2.9	24-26
Могущество	4.7	22-23	4.9	24	5.2	24	3.8	23-24	8.8	18-19
Предприимчивость	5.7	21	3.9	25-26	3.1	25	1.3	27	6.9	21-23
Державность	3.8	24-25	1.9	28	2.1	26-27	5.1	22	2.9	24-26
Коллективизм	1.9	27	2.9	27	1.0	28	2.6	25-26	1.0	27-28
Соборность	0.9	28-29	1.0	29	2.1	26-27	0.0	0	0.0	0
Другие ценности	0.9	28-29	3.9	25-26	0.0	0	0.0	0	1.0	27-28

В ходе исследования была сделана попытка выяснить представления опрошенных по некоторым спорным для современных россиян суждениям. В табл. 6 показано, что практически половина опрошенных согласна с тем, что в сегодняшней России деньги решают все, а крупные бизнесмены, банкиры, олигархи получают все больше влияния и власти. С суждением о том, что «свобода слова привела к росту вседозволенности, разврата, порнографии», согласны от 21 процента (Санкт-Петербург) до 11.3 процента (Новосибирск). С мыслью, что главная цель Запада – превратить Россию в третъеразрядную страну согласны 23.6 процента опрошенных воронежцев и 15.5. процента опрошенных из Новосибирска.

Таблица 6

**С каким суждением согласны**

Суждения	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Обязанность правительства – обеспечить всех людей работой	25.5	22.3	18.6	30.8	11.8
Свобода слова привела к росту вседозволенности, разврата, порнографии	17.0	15.5	11.3	20.5	21.6
Главная цель Запада – превратить Россию в третъеразрядную страну	23.6	22.3	15.5	19.2	23.5
Что бы ни говорили, а деньги теперь решают все	44.3	53.4	48.5	55.1	52.9
Крупные бизнесмены, банкиры, олигархи получают все больше влияния и власти	39.6	30.1	40.2	32.1	34.3
Раз у нас наступил капитализм, то и жить надо по закону капитализма – побеждает сильнейший	5.7	9.7	10.3	3.8	10.8
Нашему народу постоянно нужна «сильная рука»	14.2	5.8	11.3	17.9	18.6

## Отношение к проблемам толерантности/интолерантности

Проведенное исследование показало, что большинство опрошенных испытывает по отношению к людям, нетерпимым к чужому мнению, агрессивным, грубым, не останавливающимся ни перед чем для достижения своей цели, то есть реализующим в своем поведении нормы интолерантности, прежде всего, возмущение. На втором месте – стремление понять причины такого поведения. Затем идут такие эмоции, как презрение и ненависть. Спокойно относятся к таким формам поведения от 10 до 17 процентов опрошенных и от 3 до 10 процентов завидуют. Еще от 5 до 15 процентов затруднились с ответом или предложили другой ответ (боль, грусть, жалость, желание не лезть на рожон, смущение, уважение, удивление). Таким образом, можно предположить, что примерно 25 процентов опрошенных в принципе не видят ничего дурного в интолерантном поведении (табл. 7).

Таблица 7

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

Отношение	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Возмущение	58.5	48.5	43.3	51.3	45.1
Пытаюсь понять причины такого поведения	51.9	42.7	44.3	48.7	32.4
Презрение	33.0	28.2	37.1	41.0	35.3
Ненависть	11.3	22.3	11.3	25.6	23.5
Стыд	15.1	12.6	20.6	14.1	17.6
Ничего не испытываю	13.2	12.6	16.6	10.3	9.8
Зависть к тем, кто умеет добиваться своего	0.9	5.8	3.1	3.8	10.8
Затрудняюсь ответить	6.6	4.9	14.4	7.7	6.9

Если же опрошенные сами попадали в ситуацию, когда по отношению к ним проявляли агрессивность, грубость, то большинство предпочитало игнорировать такое поведение. Грубостью на грубость отвечали от 18 до 26 процентов, от 22 до 29 процентов пытались вразумить грубянина. Некоторое количество опрошенных игнорировали, молчали, обращались за помощью к окружающим, пытались погасить агрессию и т.п. (табл. 8.8; рис. 8.4).

Таблица 8

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

Реакция	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Отвечаю грубостью на грубость	18.9	18.4	22.7	24.4	25.5
Игнорирую такое поведение	50.9	53.4	43.3	37.2	44.1
Пытаюсь вразумить грубянина	25.5	24.3	25.8	29.5	22.5
Другая реакция	4.7	3.9	6.2	9.0	7.8

Если нашим респондентам приходилось самим выступать в роли интолерантного человека, то большинство из них (от 33 до 42 процентов) испытывали ненависть к нашей жизни, которая ставит людей в такие обстоятельства. Другая группа испытывала ненависть к тем конкретным индивидам, которые спровоцировали агрессивное поведение (от 30 до 41 процента). от 26 до 40 процентов испытывали стыд за свое поведение. Примерно 25 процентов испытывали удовлетворение от того, что удалось добиться своего или вообще ничего не испытывали. Некоторое количество опрошенных (от 4 до 11 процентов) испытывали другие, но в основном положительные ощущения: адреналин в крови, азарт, животную страсть к убийству, силу, спокойствие и правоту, уверенность (табл. 9). Таким образом, примерно 30 процентов опрошенных относятся к себе в роли интолерантного индивида вполне спокойно.

Таблица 9

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

Ощущения	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Ненависть к нашей жизни, которая ставит людей в такие обстоятельства	41.5	33.0	41.2	41.0	42.2
Стыд	36.8	26.2	38.1	39.7	30.4
Ненависть к тем, кто спровоцировал такое поведение	37.7	41.7	28.9	44.9	39.2
Унижение	12.3	15.5	9.3	12.8	13.7
Опасение, что об этом узнают знакомые и будут осуждать	10.4	8.7	14.4	15.4	5.9

Удовлетворение тем, что удалось добиться своего	11.3	17.5	11.3	16.7	19.6
Ничего не чувствовал, уже привык	6.6	10.7	13.4	10.3	9.8
Другие ощущения	9.4	6.8	11.3	3.8	8.8

Опрошенных попросили ответить на вопрос, в какой период истории России, по их мнению, нетерпимость, агрессивность были больше распространены. Ответы показывают, что большинство опрошенных по каким-то причинам считают самым толерантным периодом в истории России период до 7 ноября 1917 года. В новой истории России самым толерантным был период правления М. Горбачева. Затем идет советское время в целом. Самым интолерантным большинство опрошенных (от 32 до 48 процентов опрошенных), назвали период президентства Б. Ельцина. Нынешнее время также считается весьма нетолерантным. В этом убеждены от 11 до 25 процентов опрошенных. Достаточно большое количество опрошенных (от 8 до 20 процентов) полагают, что России всегда господствовали интолерантные отношения (табл. 10).

Таблица 10

**Распределение ответов на вопрос «Когда нетерпимость, агрессивность были больше распространены?»**

Исторический период	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
До революции	2.8	5.8	3.1	0.0	1.0
В советское время	10.4	8.7	18.6	14.1	6.9
В период М. Горбачева	6.6	4.9	8.2	12.8	13.7
В период президентства Б. Ельцина	48.1	40.8	32.0	41.0	48.0
В нынешний период президентства В. Путина	16.0	25.2	15.5	21.8	10.8
Всегда	15.1	10.7	20.6	7.7	16.7

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 сфера обслуживания и информационная сфера, включая деятельность средств массовой информации. От 10 до 25 процентов опрошенных отмечают широкое распространение интолерантных отношений в семейной (частной) жизни и на работе. Спорт, образование, культура, досуг замыкают этот список (табл. 11).

Таблица 11

**Сфера жизни, в которых наиболее очевидно проявляются  
нетерпимость, ожесточенность, агрессивность**

<i>Сфера жизни</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Улица, транспорт, общественные места	64.2	56.3	53.6	71.8	70.6
Политика	39.6	48.5	44.3	42.3	38.2
Правоохранительная сфера	40.6	41.7	48.5	34.6	46.1
Сфера обслуживания	28.3	17.5	14.4	24.4	20.6
Информационная сфера	14.2	18.4	23.7	19.2	31.4
Семейная (частная) жизнь	16.0	6.8	24.7	9.0	19.6
Работа (профессиональная деятельность)	12.3	11.7	21.6	16.7	11.8
Социальное обеспечение	16.0	10.7	8.2	14.1	4.9
Здравоохранение	12.3	7.8	9.3	7.7	14.7
Общественная деятельность	4.7	14.6	5.2	10.3	4.9
Спорт	1.9	6.8	2.1	2.6	2.9
Образование	0.9	5.8	5.2	1.3	2.9
Культура, досуг	2.8	1.9	3.1	1.3	1.0
Другие сферы	0.0	1.0	1.0	1.3	2.0

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, опрошенные на первое место поставили такие причины, как снижение уровня жизни, связанное с переходом к рыночным реформам; низкий образовательный и культурный уровень населения; массированная пропаганда агрессивности и ксенофобии, осуществляемая средствами массовой информации. Достаточно большое количество опрошенных отметили дурной пример, подаваемый государственными и политическими лидерами, плохую работу учреждений культуры и образования, призванных воспитывать людей в духе терпимости, и исторические традиции грубости, нетерпимости, ксенофобии. Среди других причин назывались влияние (табл. 8.12; рис. 8.7) криминальной субкультуры, интеграция в западное общество, отсутствие духовности, плохая работа правоохранительных органов, слабость власти.

Таблица 12

**Причины повышения нетерпимости, агрессивности в России**

Причины	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Снижение уровня жизни, связанное с переходом к рыночным реформам	69.8	74.8	69.1	76.9	66.7
Низкий образовательный и культурный уровень населения	58.5	67.0	50.5	65.4	56.9
Массированная пропаганда агрессивности и ксенофобии, осуществляемая средствами массовой информации	58.5	41.7	56.7	57.7	61.8
Плохой пример, подаваемый государственными и политическими лидерами	34.9	30.1	30.9	29.5	20.6
Плохая работа учреждений культуры и образования, призванных воспитывать людей в духе терпимости	17.9	22.3	15.5	23.1	16.7
Исторические традиции грубости, нетерпимости, ксенофобии	6.6	9.7	17.5	10.3	19.6
Другие причины	1.9	2.9	5.2	3.8	4.9

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, способствующими формированию толерантности, являются высокий уровень жизни, культурные традиции и соответствующая деятельность правоохранительных органов. Впрочем, практически сорок процентов опрошенных уверены, что нетерпимость есть везде (табл. 13).

Таблица 13

**Причины бытующего мнения, что в некоторых странах Запада уровень терпимости и уважительного отношения к другим людям выше, чем в России**

Причины	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Традиции и культура этих стран препятствуют развитию нетерпимости и агрессивности	23.6	28.2	32.0	38.5	33.3

Там за грубость и нетерпимость, за ксенофобию и расизм наказывают	38.7	27.2	34.0	34.6	34.3
При высоком уровне жизни можно быть терпимым	50.9	45.6	47.4	41.0	43.1
Это мнение не имеет под собой никаких оснований: нетерпимость есть везде	36.8	38.8	38.1	38.5	37.3
Другие причины	0.0	2.9	3.1	1.3	4.9

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 уверены в том, что существуют такие явления, факты, процессы, формы поведения, по отношению к которым понятия «толерантность», «терпимость» неприменимы (табл. 14).

Таблица 14

**Согласны ли Вы с утверждением, что существуют такие явления, процессы, факты, люди, по отношению к которым нельзя быть терпимым?**

<i>Варианты</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Да	84.0	77.7	89.7	84.6	83.3
Нет	15.1	19.4	9.3	15.4	12.7
Другое	0.0	2.9	0.0	0.0	3.9

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 (*опрос проводился до захвата «Норд-Оста»*); затем опрошенные назвали преступность, бандитизм, коррупцию, взяточничество, казнокрадство, произвол чиновников, бюрократизм, расизм, национализм, ксенофобию, шовинизм, наркоманию и многое другое;

– **социальные системы**, 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 (свыше 20 процентов опрошенных), а также 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 (14 процентов ответивших). В эту же группу попали сумасшедшие, работники ЖКХ, педофилы, гомосексуалисты и работники ГИБДД;

– наиболее резкое осуждение у опрошенных вызывают **такие человеческие качества**, как беспардонность, наглость, хамство, грубость (свыше 20 процентов опрошенных); не жалуют опрошенные и такие качества, как жестокость, упрямство, фанатизм, глупость, лживость, подлость и пр.;

– среди **действий**, которым не может быть прощения, опрошенные назвали прежде всего насилие (51 процент ответов), затем оскорбление личного достоинства, унижение, предательство.

Таким образом, в полном соответствии с представлениями мыслителей всех времен и народов, толерантность, по мнению опрошенных, не распространяется на насилие и унижение человека.

Для уточнения представлений опрошенных по поводу объектов интолерантности в рамках исследования была проведена специальная 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 задомо 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 (табл. 15, 16).

Таблица 15

### Отношение к социальным группам (в целом по массиву)

Социальные группы	Положительное	Ниакаких эмоций нет	Отрицательное	Затрудняюсь	Индекс отношения*
Мужчины	58.9	34.0	2.8	4.3	34.8
Женщины	79.4	17.0	0.7	2.8	37.3
Трансвеститы	5.0	41.1	45.4	7.8	24.4
Геи	6.4	35.5	52.5	5.7	24.3
Лесбиянки	9.2	42.6	41.1	7.1	25.4

## Восприимчивость массового сознания...

Дети	86.5	12.1	0.7	0.7	38.4
Подростки	52.5	24.1	13.5	9.9	31.9
Молодёжь	65.2	24.8	3.5	6.4	34.9
Пожилые	56.7	34.0	5.0	4.3	34.3
Старики	53.9	37.6	2.8	5.7	34.0
Инвалиды	48.2	37.6	0.7	13.5	32.1
Больные	44.0	38.3	3.5	14.2	31.2
ВИЧ-инфицированные	14.2	39.0	18.4	28.4	23.9
Наркоманы	1.4	9.2	82.3	7.1	20.5
Алкоголики	1.4	12.8	80.9	5.0	21.1
Беженцы	19.1	41.1	18.4	21.3	25.8
Мигранты и вынужденные переселенцы	20.6	46.8	11.3	21.3	26.7
Бомжи	3.5	23.4	58.2	14.9	21.6
Беспрizорные дети	26.2	17.7	31.2	24.8	24.5
Бывшие заключенные	7.1	36.9	36.2	19.9	23.1
Рабочие	56.0	36.9	2.1	4.3	34.6
Служащие	58.2	39.0	0.0	2.8	35.2
Работники сельского хозяйства	53.9	40.4	1.4	4.3	34.4
Коммерсанты	41.8	46.1	5.7	6.4	32.3
Интеллигенция	66.0	29.8	1.4	2.8	35.9
Начальники	36.9	47.5	7.1	8.5	31.3
Рядовые работники	53.9	41.1	1.4	3.5	34.5
Богатые	27.7	51.1	9.9	11.3	29.5
Бедные	30.5	56.7	6.4	6.4	31.1
Нищие	15.6	46.1	25.5	12.1	26.6

*Примечания. \* Индекс отношения – показатель, который рассчитывается по специальной методике и дает возможность сопоставлять большие массивы информации. Максимальное значение индекса отношения в данном случае – 40.0.*

Таблица 16

Отношение к социальным группам (по городам), индексы

<i>Социальные группы</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Мужчины	36.0	33.8	36.3	33.7	33.6
Женщины	37.0	36.6	38.3	38.7	35.5
Трансвеститы	23.7	25.7	24.3	22.7	25.9
Геи	23.7	23.4	26.3	21.7	26.8
Лесбиянки	23.7	25.9	27.7	23.3	26.8
Дети	38.7	38.3	38.3	38.3	38.6
Подростки	29.7	32.8	31.0	35.0	30.9
Молодёжь	33.0	35.9	34.7	35.7	35.5
Пожилые	35.7	34.5	33.7	33.7	34.1
Старики	34.0	36.6	34.0	32.7	32.3
Инвалиды	32.0	34.5	29.0	32.3	32.7
Больные	30.7	30.3	28.3	34.0	33.2
ВИЧ-инфицированные	22.0	20.7	23.0	29.3	24.5
Наркоманы	20.0	20.0	20.7	20.7	21.4
Алкоголики	20.0	20.7	21.0	22.7	20.9
Беженцы	25.3	24.5	24.0	28.7	26.8
Мигранты и вынужденные переселенцы	24.7	25.2	27.3	29.0	27.3
Бомжи	21.3	18.3	21.7	24.3	22.3
Беспрizорные дети	22.7	21.4	24.0	28.7	26.4
Бывшие заключенные	21.7	22.8	21.0	26.0	24.5
Рабочие	35.9	34.5	33.7	34.0	35.0
Служащие	36.0	35.9	34.3	35.3	34.5
Работники сельского хозяйства	35.0	33.1	33.0	36.3	34.5

Коммерсанты	30.7	31.7	33.3	34.7	30.9
Интеллигенция	36.7	35.2	36.7	35.7	35.0
Начальники	29.3	32.1	30.0	33.3	31.8
Рядовые работники	35.0	35.5	32.3	36.3	33.2
Богатые	27.7	27.2	33.7	29.3	29.5
Бедные	27.7	30.7	33.3	32.0	32.3
Нищие	24.7	25.9	24.0	30.0	29.0
Средний индекс	29.1	29.5	29.6	30.9	30.2

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 процентов позитивных оценок; ко вторым – цыгане, чеченцы, азербайджанцы, китайцы, таджики, американцы, грузины, набравшие от 47 до 27 процентов отрицательных оценок (табл. 17. 18).

Таблица 17

**Отношение к народам и этническим группам  
(в целом по массиву)**

<i>Народы и этнические группы</i>	<i>Положительное</i>	<i>Никаких эмоций нет</i>	<i>Отрицательное</i>	<i>Затрудняюсь</i>	<i>Не знаю такой национальности</i>	<i>Индекс отношения*</i>
Абхазцы	21.3	48.9	21.3	7.1	1.4	38.2
Арабы	19.1	48.2	20.6	11.3	0.7	37.4
Армяне	27.0	44.7	22.0	6.4	0.0	39.2
Аварцы	17.0	44.0	2.1	9.2	27.7	31.3
Австрийцы	30.5	57.4	1.4	9.9	0.7	40.7
Адыгейцы	20.6	57.4	7.1	12.1	2.8	38.1
Азербайджанцы	13.5	39.7	37.6	9.2	0.0	35.7
Албанцы	14.9	48.9	12.8	21.3	2.1	35.3
Алеуты	17.7	47.5	2.1	15.6	17.0	33.3
Алтайцы	32.6	51.1	1.4	10.6	4.3	39.7
Американцы	24.8	39.7	27.0	7.1	1.4	37.9
Англичане	46.1	38.3	9.9	5.7	0.0	42.5
Африканцы	25.5	58.2	4.3	9.9	2.1	39.5

## Российские СМИ: как создается образ врага

Балкарцы	19.9	47.5	5.0	14.9	12.8	34.7
Башкиры	27.0	53.9	6.4	12.8	0.0	39.5
Белорусы	41.1	44.7	5.7	8.5	0.0	41.8
Болгары	39.7	48.9	2.8	8.5	0.0	42.0
Бразильцы	35.5	51.1	1.4	12.1	0.0	41.0
Буряты	34.8	48.2	2.8	13.5	0.7	40.3
Венгры	34.0	51.8	2.1	12.1	0.0	40.8
Вьетнамцы	19.9	51.1	17.0	12.1	0.0	37.9
Грузины	24.1	34.0	27.0	14.9	0.0	36.7
Голландцы	36.9	52.5	2.1	8.5	0.0	41.8
Греки	42.6	48.2	2.1	7.1	0.0	42.6
Датчане	36.2	51.1	2.8	9.9	0.0	41.3
Евреи	29.8	41.1	15.6	13.5	0.0	38.7
Ингуши	14.9	48.9	15.6	19.1	1.4	35.7
Индейцы	31.2	53.2	4.3	11.3	0.0	40.4
Индийцы	29.1	53.9	5.0	12.1	0.0	40.0
Ирландцы	36.9	50.4	2.8	9.9	0.0	41.4
Испанцы	45.4	44.0	2.1	8.5	0.0	42.6
Итальянцы	47.5	43.3	2.1	7.1	0.0	43.1
Карачаевцы	17.0	48.9	11.3	18.4	4.3	35.6
Карелы	22.0	54.6	5.7	14.2	3.5	37.7
Кабардинцы	17.7	48.2	12.8	18.4	2.8	36.0
Казахи	19.9	54.6	12.1	12.8	0.7	38.0
Калмыки	19.9	61.7	5.7	11.3	1.4	38.7
Канадцы	29.8	54.6	5.0	9.9	0.7	40.3
Киргизы	18.4	58.2	10.6	12.8	0.0	38.2
Китайцы	25.5	45.4	19.9	8.5	0.7	38.7
Коми	27.7	54.6	2.8	11.3	3.5	39.1
Коми-пермяки	27.7	51.8	2.8	12.8	5.0	38.4
Корейцы	23.4	54.6	14.9	7.1	0.0	39.4
Коряки	17.0	52.5	3.5	13.5	13.5	34.6
Кубинцы	26.2	58.9	5.0	9.2	0.7	40.1
Латыши	16.3	53.2	20.6	9.2	0.7	37.5
Лезгины	13.5	50.4	7.1	12.8	16.3	33.2
Литовцы	19.1	45.4	20.6	12.1	2.8	36.6
Марийцы	19.9	53.9	3.5	12.8	9.9	36.1
Манси	19.9	51.8	2.1	14.2	12.1	35.3

## Восприимчивость массового сознания...

Мексиканцы	28.4	57.4	2.1	11.3	0.7	40.1
Мордва	27.0	53.2	7.8	10.6	1.4	39.4
Молдаване	28.4	53.2	9.9	7.8	0.7	40.1
Нанайцы	20.6	53.9	5.0	15.6	5.0	37.0
Немцы	34.8	48.9	7.8	8.5	0.0	41.0
Ненцы	22.7	57.4	3.5	11.3	5.0	38.2
Нивхи	9.9	38.3	1.4	7.8	42.6	26.5
Норвежцы	31.9	56.7	2.1	8.5	0.7	41.1
Осетины	17.7	48.9	13.5	19.1	0.7	36.4
Поляки	32.6	51.1	7.8	8.5	0.0	40.8
Португальцы	27.0	60.3	2.1	10.6	0.0	40.4
Румыны	20.6	66.7	4.3	8.5	0.0	39.9
Русские	69.5	24.1	1.4	5.0	0.0	45.8
Сербы	32.6	47.5	5.7	14.2	0.0	39.9
Таджики	16.3	45.4	26.2	11.3	0.7	36.5
Татары	29.8	41.8	17.0	10.6	0.7	38.9
Турки	19.9	52.5	17.0	10.6	0.0	38.2
Туркмены	19.1	56.0	14.9	9.2	0.7	38.4
Узбеки	18.4	53.9	17.0	10.6	0.0	38.0
Украинцы	36.2	41.1	14.2	8.5	0.0	40.5
Филиппинцы	19.9	61.0	1.4	17.7	0.0	38.3
Финны	33.3	51.8	2.8	12.1	0.0	40.6
Французы	46.1	44.0	3.5	6.4	0.0	43.0
Хакасы	17.0	55.3	1.4	13.5	12.8	35.0
Ханты	20.6	53.9	3.5	16.3	5.7	36.7
Хорваты	22.7	56.7	2.8	17.7	0.0	38.4
Цыгане	12.8	27.7	46.8	12.8	0.0	34.0
Чехи	38.3	48.2	3.5	9.9	0.0	41.5
Чеченцы	12.8	29.1	43.3	14.9	0.0	34.0
Чукчи	29.1	53.2	5.0	12.8	0.0	39.9
Шведы	36.9	48.9	2.1	11.3	0.7	41.0
Шотландцы	36.2	50.4	2.8	9.9	0.7	41.1
Эвенки	21.3	50.4	2.1	12.8	13.5	35.3
Эскимосы	24.1	54.6	5.7	14.2	1.4	38.6
Эстонцы	16.3	52.5	18.4	12.1	0.7	37.2
Якуты	27.0	55.3	4.3	12.8	0.7	39.5
Японцы	36.9	46.8	7.1	9.2	0.0	41.1

*Примечание. \* Максимальное значение индекса отношения – 50.0.*

Таблица 18

Отношение к народам и этническим группам (по городам), индексы

<i>Народы и этнические группы</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Абхазцы	35.7	37.9	39.7	37.7	40.5
Арабы	35.0	35.9	39.7	37.3	39.5
Армяне	39.0	37.9	41.0	37.3	41.4
Аварцы	30.7	29.3	33.3	28.3	36.4
Австрийцы	38.0	39.3	43.7	40.7	42.3
Адыгейцы	34.0	36.9	42.0	37.0	41.4
Азербайджанцы	34.3	35.5	37.3	34.7	37.3
Албанцы	31.3	33.8	37.3	36.3	38.6
Алеуты	30.3	30.0	38.7	29.7	39.5
Алтайцы	34.3	39.3	45.7	38.3	41.4
Американцы	36.0	38.3	43.0	34.7	37.7
Англичане	41.3	40.7	47.3	39.0	44.5
Африканцы	37.7	38.3	43.0	37.7	41.4
Балкарцы	33.0	31.7	37.7	34.0	37.7
Башкиры	37.7	39.7	41.3	37.7	41.8
Белорусы	41.0	41.0	46.0	38.3	43.2
Болгары	40.0	40.0	46.3	41.0	42.7
Бразильцы	38.7	37.9	43.7	41.7	43.6
Буряты	36.7	37.6	45.3	40.0	42.3
Венгры	39.7	38.6	43.7	40.0	42.3
Вьетнамцы	37.3	38.6	41.3	34.7	37.3
Грузины	31.7	35.9	41.0	35.3	40.9
Голландцы	40.7	41.0	44.0	41.7	41.4
Греки	39.0	42.8	45.3	42.3	44.1
Датчане	39.7	40.0	43.3	42.0	41.8
Евреи	35.3	37.6	43.3	37.7	40.0
Ингушки	33.7	34.1	38.3	36.7	35.5
Индийцы	40.3	36.9	42.7	40.3	42.3
Индийцы	40.0	35.2	43.0	39.7	42.7
Ирландцы	40.0	39.7	43.0	42.3	42.3
Испанцы	40.0	41.7	43.7	44.0	44.1
Итальянцы	41.7	41.4	45.3	43.0	44.5
Карачаевцы	34.3	30.7	36.7	37.7	39.5
Карелы	38.0	32.4	39.0	38.0	42.3
Кабардинцы	33.3	31.7	37.7	38.0	40.0

Казахи	34.7	37.9	41.0	36.3	40.9
Калмыки	35.7	36.9	41.0	38.7	42.3
Канадцы	38.0	39.7	43.0	39.0	42.3
Киргизы	36.0	35.5	41.0	38.7	40.5
Китайцы	36.7	37.9	41.3	37.3	40.5
Коми	36.3	36.6	41.7	39.7	42.3
Коми-пермяки	36.0	36.2	41.3	39.3	39.5
Корейцы	39.3	36.9	44.0	37.3	39.5
Коряки	33.0	30.7	38.7	33.0	38.6
Кубинцы	39.0	39.3	42.7	38.0	41.8
Латыши	35.3	35.2	41.0	36.7	40.0
Лезгины	32.7	33.4	36.0	27.7	37.3
Литовцы	34.3	36.6	39.7	34.7	38.2
Марийцы	34.0	35.2	39.3	32.3	40.9
Манси	33.7	34.1	39.7	30.0	40.5
Мексиканцы	39.0	38.6	42.0	38.7	43.2
Мордва	38.0	37.2	42.7	37.3	42.3
Молдаване	37.7	39.7	43.0	39.0	41.4
Нанайцы	35.0	34.5	42.0	33.3	40.9
Немцы	38.0	39.3	45.0	39.0	44.5
Ненцы	37.0	36.2	41.7	35.0	41.8
Нивхи	23.3	24.1	29.7	25.3	31.4
Норвежцы	38.7	39.0	44.3	40.3	43.6
Осетины	33.3	36.6	38.7	34.7	39.5
Поляки	38.7	40.0	44.3	39.7	41.4
Португальцы	39.3	37.6	43.0	39.7	42.7
Румыны	38.7	36.9	43.0	39.3	42.3
Русские	46.0	41.7	48.0	47.3	45.9
Сербы	38.3	37.6	43.0	38.0	43.2
Таджики	36.3	34.1	40.7	33.0	39.1
Татары	38.0	36.9	40.7	39.3	40.0
Турки	38.7	36.6	40.3	36.3	39.1
Туркмены	40.0	35.9	40.7	36.3	39.1
Узбеки	37.7	35.5	40.3	37.0	40.0
Украинцы	38.3	38.6	44.3	40.7	40.5
Филиппинцы	36.7	34.5	41.7	38.3	40.9
Финны	39.7	39.0	44.7	39.0	40.9
Французы	42.3	41.0	46.3	41.0	44.5
Хакасы	32.7	31.4	42.7	31.3	37.7

Ханты	35.0	33.1	43.0	32.7	40.9
Хорваты	36.0	34.8	40.7	39.7	41.8
Цыгане	29.3	33.4	36.0	35.7	36.4
Чехи	41.0	41.0	44.7	38.3	42.7
Чеченцы	30.0	33.8	36.3	33.7	36.8
Чукчи	37.7	36.2	43.7	39.0	43.6
Шведы	40.3	39.3	45.3	37.3	43.2
Шотландцы	40.7	37.9	45.3	38.7	43.6
Эвенки	34.7	31.0	41.7	28.7	42.3
Эскимосы	36.7	34.8	43.7	36.7	41.8
Эстонцы	36.0	34.8	39.0	37.7	38.6
Якуты	37.7	35.2	45.7	38.7	40.5
Японцы	40.7	39.0	46.3	39.7	39.5
Средний индекс	36.8	36.6	41.8	37.3	40.9

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 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 (табл. 19, 20).

Таблица 19

**Отношение к религиям (в целом по массиву)**

Религии	Положительное	Никаких эмоций не вызывает	Отрицательное	Затрудняюсь	Индекс отношения*
Атеизм	18.4	55.3	18.4	7.8	28.4
Бахаизм	2.1	37.6	10.6	49.6	19.2
Буддизм	27.0	49.6	9.2	14.2	28.9
Индуизм	17.7	54.6	9.2	18.4	27.2
Ислам	19.1	32.6	32.6	15.6	25.5
Ваххабиты	2.1	19.9	53.2	24.8	19.9
Сунниты	5.0	34.0	15.6	45.4	19.9
Шииты	4.3	35.5	17.7	42.6	20.1
Иудаизм	12.8	48.2	19.1	19.9	25.4
Конфуцианство	18.4	48.2	7.8	25.5	26.0
Новые религии	2.8	31.9	34.8	30.5	20.7

Мормоны (Церковь Святых Последнего Дня)	2.8	36.9	41.1	19.1	22.3
Последователи Муна (Церковь объединения)	1.4	31.2	40.4	27.0	20.7
Свидетели Иеговы	1.4	29.1	46.1	23.4	20.9
Церковь Иисуса Христа	15.6	27.0	27.0	30.5	22.8
Христианство	73.0	20.6	0.7	5.7	36.1
Адвентизм	2.1	36.2	17.7	44.0	19.6
Англиканство	2.8	44.0	12.8	40.4	20.9
Армия спасения	10.6	39.0	16.3	34.0	22.6
Баптизм	5.7	44.0	22.7	27.7	22.8
Католичество	28.4	51.1	5.0	15.6	29.2
Квакерство	0.7	42.6	9.9	46.8	19.7
Лютеранство	10.6	51.1	8.5	29.8	24.3
Методистские церкви	4.3	41.1	9.2	45.4	20.4
Православие	68.1	23.4	2.1	6.4	35.3
Протестантизм	20.6	50.4	7.8	21.3	27.0
Шаманство	12.1	34.8	28.4	24.8	23.4

Примечание. \* Максимальное значение индекса отношения – 40.0.

Таблица 20

**Отношение к религиям (по городам), индексы**

Религии	Воронеж	Екатерин- бург	Новосибирск	Самара	Санкт- Петербург
Атеизм	30.7	26.2	27.7	28.3	29.5
Бахаизм	16.0	17.6	19.3	21.7	22.3
Буддизм	28.3	24.1	30.3	30.3	32.3
Индуизм	27.0	25.2	26.7	27.7	30.0
Ислам	24.3	24.8	24.7	28.7	25.0
Ваххабиты	17.7	17.2	19.3	23.0	23.2
Сунниты	17.0	18.6	18.0	23.3	23.2
Шииты	17.7	19.7	18.3	22.0	24.1
Иудаизм	25.3	23.1	25.3	25.3	28.6
Конфуцианство	25.7	23.1	24.7	28.7	28.2
Новые религии	18.3	19.3	17.7	24.0	25.5

Мормоны (Церковь Святых Последнего Дня)	21.0	19.0	21.0	26.0	25.5
Последователи Муна (Церковь объединения)	17.0	18.3	19.3	25.0	25.0
Свидетели Иеговы	19.0	18.3	21.0	22.7	24.1
Церковь Иисуса Христа	16.3	21.0	23.3	30.0	23.2
Христианство	36.3	33.1	37.0	36.3	38.2
Адвентизм	16.3	18.3	20.0	22.7	21.4
Англиканство	18.0	20.3	19.0	22.7	25.9
Армия спасения	21.7	20.3	21.7	24.3	25.9
Баптизм	20.0	22.4	23.0	24.3	24.5
Католичество	30.3	26.9	30.7	27.3	31.4
Квакерство	16.7	19.3	19.0	20.0	25.0
Лютеранство	22.0	22.4	23.3	25.7	29.1
Методистские церкви	21.0	18.6	18.3	21.3	23.6
Православие	36.3	35.2	33.7	34.7	37.3
Протестантизм	22.7	26.2	28.0	28.3	30.9
Шаманство	16.7	22.4	23.0	28.0	28.2
Средний индекс	22.2	22.3	23.5	26.0	27.1

Из организаций и ведомств самые положительные оценки получил Президент РФ (свыше 67 процентов опрошенных), затем идут экологические и правозащитные организации, традиционные церкви и общественные организации. Самые плохие оценки получили коммунальные службы, правоохранительные органы и ГИБДД, органы управления городского уровня и новые религиозные движения. Не очень жалуют опрошенные такие структуры как Госдума РФ, суды, политические партии, органы управления областного уровня и армию (табл. 21, 22).

Таблица 21

**Отношение к организациям и ведомствам (в целом по массиву)**

<i>Организации, ведомства</i>	<i>Положи- тельное</i>	<i>Ниаких эмоций не вызывает</i>	<i>Отрицательное</i>	<i>Затрудняюсь сказать</i>
Коммунальные службы	7.2	21.6	64.7	6.5
Правоохранительные органы	10.8	23.7	55.4	10.1

ГИБДД	10.8	34.5	48.2	6.5
Органы управления городского уровня	10.1	33.8	48.2	7.9
Новые религиозные движения	5.0	29.5	44.6	20.9
Госдума РФ	11.5	33.8	45.3	9.4
Судебная власть РФ	10.8	28.8	43.2	17.3
Политические партии	10.1	36.7	39.6	13.7
Армия	23.7	26.6	33.8	15.8
Органы управления областного уровня	10.1	41.0	37.4	11.5
Правительство РФ	19.4	39.6	24.5	16.5
Совет Федерации	12.9	46.8	21.6	18.7
Государственные банки	28.8	41.0	18.7	11.5
Органы национальной безопасности	23.7	39.6	15.8	20.9
Экологические организации	43.2	31.7	12.9	12.2
Администрация Президента РФ	23.7	50.4	16.5	9.4
СМИ	33.1	36.7	17.3	12.9
Профсоюзы	25.9	45.3	14.4	14.4
Правозащитные организации	41.7	33.8	11.5	12.9
Президент РФ	67.6	25.2	3.6	3.6
Общественные организации	36.7	45.3	7.2	10.8
Традиционные церкви	39.6	46.0	4.3	10.1

Таблица 22

**Отношения к организациям, ведомствам (по городам), индексы**

Организации, ведомства	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Президент РФ	34.0	33.9	37.3	37.2	35.9
Администрация Президента РФ	27.3	27.9	28.3	30.7	30.5
Госдума РФ	23.0	24.6	22.7	28.6	25.0
Совет Федерации	23.0	23.9	24.3	28.6	27.7
Правительство РФ	24.0	26.8	26.7	27.6	25.9
Судебная власть РФ	20.7	21.8	22.0	26.9	25.9

Органы управления областного уровня	20.7	25.4	23.7	27.6	28.6
Органы управления городского уровня	20.0	25.0	22.7	28.6	27.7
Правоохранительные органы	21.3	22.9	21.7	26.9	25.5
Органы национальной безопасности	24.0	25.4	25.3	30.7	28.2
Армия	22.3	26.4	22.0	32.4	26.4
Государственные банки	22.7	30.0	28.0	33.8	29.5
Общественные организации	27.3	31.4	31.3	33.8	30.0
Коммунальные службы	19.0	24.3	21.7	26.6	23.6
Экологические организации	25.7	30.7	32.7	33.4	30.5
Политические партии	20.7	26.4	22.0	26.9	26.4
Правозащитные организации	27.0	31.1	30.3	33.8	30.0
Профсоюзы	23.0	28.9	26.7	32.4	31.4
ГАИ	20.7	27.1	25.0	27.6	24.5
СМИ	26.7	32.5	28.7	30.7	25.9
Традиционные церкви	26.0	31.8	33.3	34.1	32.7
Новые религиозные движения	19.3	18.9	21.3	26.6	23.6
Средний индекс	23.6	27.1	26.3	30.3	28.0

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 опроса 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 процентов считают, что в России в принципе невозможно сформировать терпимое, толерантное общество. Около 10 процентов 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 (от 55 до 78 процентов опрошенных) полагают, что нетерпимость, агрессивность можно победить только всем миром; с ней должны бороться и власти, и все граждане (табл. 23).

Таблица 23

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

<i>Мнения</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Чтобы общество стало терпимым, власть и Президент должны всеми имеющимися в их распоряжении средствами бороться с нетерпимостью	7.5	11.7	11.3	6.4	6.9
Нетерпимость, агрессивность можно победить только всем миром; с ней должны бороться и власти, и все граждане	71.7	61.2	62.9	78.2	54.9
В России невозможно сформировать терпимое общество	17.0	19.4	17.5	11.5	21.6
Другие мнения	3.8	4.9	7.2	2.6	10.8

**Отношение к СМИ, как источнику информации о проблемах толерантности**

Большинство опрошенных (более 70 процентов) считают проблемы борьбы с нетерпимостью, агрессивностью, экстремизмом важными и актуальными для освещения в российских СМИ. Сознательных противников такой точки зрения немного – от 4 процентов (Самара) до 10 процентов (Санкт-Петербург). Остальные – 16–20 процентов затрудняются ответить (табл. 24).

Таблица 24

**Распределение ответов на вопрос: «Считаете ли Вы проблемы борьбы с нетерпимостью, агрессивностью, экстремизмом важными и актуальными для освещения в российских СМИ?»**

<i>Варианты</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Да	73.6	77.7	73.2	74.4	73.5
Нет	5.7	5.8	6.2	3.8	9.8
Затрудняюсь ответить	19.8	16.5	18.6	21.8	16.7

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 – от 7 (Воронеж), до 15 (Самара) процентов опрошенных (табл. 25). Гораздо больше тех, кто эту про-

блематику по тем или иным причинам игнорирует, даже если соответствующие публикации или передачи попадаются им на глаза: от примерно 17 процентов в Новосибирске до примерно 35 процентов в Екатеринбурге. Большинство же относится к соответствующим материалам достаточно безразлично, но готовы их смотреть, читать и слушать, если они будут сделаны интересно и профессионально (от 57 процентов в Екатеринбурге до 77 процентов в Новосибирске). Это значит, что регулярное освещение этой проблематики в СМИ требует особого творчества и профессионального мастерства, выдумки и азарта.

Таблица 25

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

Отношение	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Ищу сам, читаю (смотрю, слушаю) с интересом	6.6	7.8	4.1	15.4	7.8
Читаю (смотрю, слушаю), когда попадается	72.6	57.3	77.3	64.1	59.8
Мне это не интересно	9.4	20.4	4.1	10.3	9.8
Я им не верю, а потому игнорирую	7.5	12.6	13.4	10.3	19.6
Другое отношение	3.8	1.9	0.0	0.0	2.9

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 (72 – 83 процента опрошенных), затем газеты (48 – 55 процентов опрошенных), разговоры с друзьями и коллегами (21 – 47 процентов) и радио (19 – 40 процентов). Все остальное – Интернет, журналы, специальная литература занимают в общем спектре информационных каналов весьма незначительное место (табл. 26).

Таблица 26

**Каналы получения информации о борьбе с агрессивностью, нетерпимостью**

Каналы информации	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Телевидение	81.1	80.6	72.2	83.3	78.4
Газеты	48.1	55.3	48.5	52.6	50.4
Разговоры с друзьями, коллегами	35.8	21.4	47.4	53.8	37.3
Радио	30.2	35.9	18.6	39.7	27.5
Интернет	6.6	11.7	19.6	7.7	17.6

Журналы	7.5	12.6	13.4	11.5	16.7
Специальная литература	7.5	1.9	6.2	10.3	10.8
Другие каналы	0.0	1.9	2.1	0.0	2.9

Оценивая роль российской прессы с точки зрения формирования установок толерантности и профилактики экстремизма в российском обществе (табл. 27), большинство опрошенных (от 56 процентов в Екатеринбурге до 68 процентов в Новосибирске) согласились с суждением, что на сегодняшний день СМИ являются трибуной для высказывания различных, в том числе и экстремистских, взглядов. От 12 до 21 процентов опрошенных рассматривают СМИ как беспристрастного информатора, не имеющего собственной точки зрения. Примерно столько же (от 12 процентов опрошенных в Новосибирске до 23 процентов в Санкт-Петербурге) видят в СМИ сознательного пропагандиста экстремизма и насилия. Очень незначительное количество опрошенных увидели в СМИ пропагандиста установок толерантности (от 1 процента в Новосибирске до 8 процентов в Екатеринбурге).

Таблица 27

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

<i>Роль СМИ</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Ново-сибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Пропагандист экстремизма и насилия	15.1	15.5	12.4	15.4	23.5
Пропагандист установок терпимости и уважительности	6.6	7.8	1.3	5.1	3.9
Беспристрастный информатор, не имеющий собственной точки зрения	21.7	19.4	12.4	15.4	15.7
Трибуна для высказывания различных, в том числе и экстремистских, взглядов	54.7	56.3	68.0	65.4	57.8
Другие роли	2.8	2.9	2.1	0.0	2.0

**Выводы**

Таким образом, проведенное исследование позволяет констатировать, что основными проблемами, которые волнуют опрошенных в настоящее время, являются социальные проблемы: распространение наркомании, ухудшение состояния окружающей среды, организованная и уличная преступность, бандитизм, взяточничество чиновников, угроза терактов и т.п. Раздражают материальные проблемы: бедность, безработица, низкая зарплата, рост цен, задержки с выплатой зарплаты, пенсий и др. Опрошенные

видят существование духовных (кризис морали, культуры, нравственности; отсутствие ясных целей, ориентиров развития страны и т.п.) и политических проблем (слабость государственной власти; конфликт в Чечне; угроза диктатуры).

Ценостные ориентации опрошенных достаточно стабильны и включают в свой состав основополагающие ценности: законность, здоровье, профессионализм, безопасность, крепкая семья, нравственность, свобода, культура, согласие и мир, патриотизм, ответственность. Вместе с тем следует отметить, что такие ценности, как демократия, прогресс, интернационализм, терпимость и др., находятся на периферии ценостной системы опрошенных.

Проведенное исследование показало, что большинство опрошенных испытывает по отношению к людям, нетерпимым к чужому мнению, агрессивным, грубым, не останавливающимся ни перед чем для достижения своей цели, то есть реализующим в своем поведении нормы интолерантности, в основном негативные эмоции: возмущение, ненависть, презрение. Вместе с тем примерно 25 процентов опрошенных в принципе не видят ничего дурного в интолерантном поведении, как в своем собственной, так и по отношению к себе. Ответственность за использование интолерантных технологий поведения опрошенные чаще всего перекладывают на особенности нашей жизни, которая вынуждает людей быть интолерантными.

Судя по ответам большинства опрошенных, интолерантность присутствует практически во всех сферах общественной, политической и частной жизни россиян. Наиболее ярко нетерпимость, ожесточенность, агрессивность проявляются в таких сферах нашей жизни, как улица, транспорт, общественные места, политика, правоохранительная сфера.

Основными причинами повышения в последние годы нетерпимости, агрессивности во взаимоотношениях между людьми и во всех сферах общественной жизни, опрошенные считают как снижение уровня жизни, связанное с переходом к рыночным реформам; низкий образовательный и культурный уровень населения; массированную пропаганду агрессивности и ксенофобии, осуществляемую средствами массовой информации.

Большинство опрошенных считают, что есть явления, процессы, факты, формы поведения, по отношению к которым нельзя быть терпимым. Это, прежде всего, все, что связано с насилием. Вместе с тем исследование показало, что в сознании большинства опрошенных существуют довольно жесткие стереотипы, маркирующие представителей различных этносов, социальных групп, государственных, общественных и политических институтов. 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. Таким образом,

можно констатировать, что в массовом сознании укоренено множество 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.

Довольно значительная группа опрошенных считает, что в России в принципе невозможno сформировать терпимое, толерантное общество. Однако большинство опрошенных полагает, что добиться решения этой задачи можно в том случае, если и власть, и Президент граждане возьмутся за это дело сообща.

Большинство опрошенных считают проблемы борьбы с нетерпимостью, агрессивностью, экстремизмом важными и актуальными для освещения в российских СМИ. 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, затем газеты, межличностная коммуникация (разговоры с друзьями и коллегами) и радио. Все остальное – Интернет, журналы, специальная литература занимают в общем спектре информационных каналов весьма незначительное место.

Вместе с тем, проблематика толерантности/интолерантности представляет собой предмет осознанного интереса для весьма незначительной части аудитории. Большинство относится к соответствующим материалам достаточно безразлично, но готовы их смотреть, читать и слушать, если они будут сделаны интересно и профессионально. Достаточно много и таких, кто вообще не хочет воспринимать соответствующие публикации или передачи. Это значит, что регулярное освещение этой проблематики в СМИ требует особого творчества и профессионального мастерства, выдумки и азарта.

Большинство опрошенных представителей населения не согласны с точкой зрения, (время от времени озвучиваемой некоторыми политиками общественными деятелями), что именно СМИ являются сознательными пропагандистами экстремизма и насилия. По мнению опрошенных, на сегодняшний день СМИ являются просто трибуной для высказывания различных, в том числе и экстремистских, взглядов. Очень незначительное количество опрошенных увидели в СМИ пропагандиста установок толерантности.

В целом выяснилось, что в аудитории предпочтение отдается не идеям трансформации, переустройства и революционным изменениям. Безопасность семьи и дома, стабильность и достаток – вот основа жизни в представлении аудитории. Забота о собственном материальном и духовном благополучии важнее, чем ценности экономического и духовного благополучия общества. Такая модель характерна для обществ, находящихся в кризисной ситуации, когда все ценностные предпочтения ориентированы на выживание во враждебной обстановке.

*Опубликовано в книге «Социальное насилие и толерантность: реальность и медиа-образы. – М., 2004.*

# ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ О ПРОБЛЕМАХ ТОЛЕРАНТНОСТИ И ВОЗМОЖНЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ УСТАНОВОК ТОЛЕРАНТНОСТИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*(И.М. Дзялошинский  
М.И. Дзялошинская)*

## Настроения, установки и представления опрошенных журналистов

В ходе исследования в «пилотных» городах (Воронеже, Екатеринбурге, Новосибирске, Самаре, Санкт-Петербурге) проводился опрос журналистов. Основные характеристики опрошенных приведены в табл. 1.

Таблица 1

### Основные характеристики опрошенных журналистов региональных СМИ

Пол	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Мужской	61.5	27.6	47.6	45.2	19.0
Женский	38.5	72.4	52.4	51.6	81.0

Возраст	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
До 21 года	0	3.4	9.5	0	9.5
22 – 34 года	42.3	65.5	28.6	48.4	52.4
35 – 55 лет	50.0	24.1	52.4	41.9	33.3
Больше 55 лет	7.7	6.9	9.5	6.5	4.8

Образование	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Среднее, среднее специальное	3.8	0	0	3.2	0
Высшее (в т.ч. незаконченное) журналистское	69.2	75.9	9.5	38.7	52.4
Высшее (в т.ч. незаконченное) гуманитарное	23.1	27.6	66.7	48.4	42.9

## Представления журналистов о проблемах толерантности...

Высшее (в т.ч. незаконченное) техническое	7.7	6.9	23.8	12.9	9.5
Имею ученую степень	0	0	0	3.2	4.8

Большая часть участников опроса очень позитивно относится к своей работе и рассматривает ее не просто как способ зарабатывания средств к существованию, а как форму личностной самореализации. Об этом свидетельствует сравнение ответов на вопросы «Нравится ли Вам Ваша работа?» (табл. 2) и «Как Вы оцениваете уровень Вашей заработной платы?» (табл. 3).

Таблица 2

### Отношение журналистов к своей работе

Отношение	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Работа нравится	92.4	79.3	95.2	87.1	95.2
Работа не нравится	0	0	0	3.2	0
Трудно сказать	7.6	20.7	4.8	6.5	4.8

Таблица 3

### Оценка журналистами уровня своей заработной платы

Уровень заработной платы	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Очень низкий	3.8	3.4	4.8	3.8	14.3
Низкий	46.2	23.8	28.6	41.9	28.6
Средний	38.5	55.5	42.9	48.4	52.3
Выше среднего	3.8	17.2	14.3	3.2	4.8
Высокий	0	0	3.7	2.7	0

Большинство опрошенных журналистов считают, что главными проблемами, нерешенность которых мешает обществу двигаться вперед, являются кризис морали, культуры, нравственности (от 39 процентов опрошенных в Воронеже до 43 процентов в Новосибирске и Санкт-Петербурге). На втором месте – бедность людей, низкие доходы граждан (от 31 процента опрошенных в Екатеринбурге до 45 процентов в Самаре).<sup>52</sup>

Затем идут такие проблемы, как организованная преступность, бандитизм, распространение наркомании, ухудшение состояния окружающей среды (табл. 4). Таким образом, можно констатировать, что журналисты прежде всего обеспокоены духовными и социальными проблемами, в то

<sup>52</sup> Стоит напомнить, что у населения иерархия проблем иная.

время как население думает прежде всего о социальных и материальных проблемах. Что касается политических проблем: слабость, беспомощность государственной власти, конфликт в Чечне и др., то они находятся на периферии проблемного поля опрошенных журналистов.

Таблица 4

**Проблемы общества, которые беспокоят больше всего**

Проблемы	Воронеж		Екатеринбург		Новосибирск		Самара		Санкт-Петербург	
	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг
Кризис морали, культуры, нравственности	38.5	2	41.4	1	42.7	2	51.6	1	42.9	2-3
Бедность людей, низкая зарплата	42.3	1	31.0	3-4	33.3	3	45.2	2	42.9	2-3
Организованная преступность, бандитизм	23.1	5-7	34.5	2	28.6	4-5	25.8	5	23.8	5
Распространение наркомании	30.8	3-4	17.2	7-11	47.6	1	22.6	6-7	19.0	6-7
Ухудшение состояния окружающей среды	15.4	8	24.1	5	28.6	4-5	29.0	4	33.3	4
Отсутствие ясных целей, ориентиров развития страны	30.8	3-4	31.0	3-4	9.5	9-11	32.3	3	14.3	8
Корыстность, взяточничество чиновников	11.5	9-10	20.7	6	23.8	6	22.6	6-7	9.5	9-12
Слабость, беспомощность государственной власти	23.1	5-7	17.2	7-11	19.0	7	12.9	9-10	9.5	9-12
Рост цен	23.1	5-7	17.2	7-11	4.8	12-16	16.1	8	9.5	9-12
Угроза терактов	0.0	0	3.4	15-16	9.5	9-11	12.9	9-10	47.6	1
Конфликт в Чечне	7.7	11-14	17.2	7-11	14.3	8	6.5	11-12	19.0	6-7
Уличная преступность, кражи	7.7	11-14	17.2	7-11	9.5	9-11	0.0	0	4.8	13-15
Угроза диктатуры	11.5	9-10	6.9	12-14	4.8	12-16	6.5	11-12	9.5	9-12
Безработица	7.7	11-14	3.4	15-16	4.8	12-16	0.0	0	4.8	13-15
Задержки с выплатой зарплаты, пенсий	7.7	11-14	0.0	0	4.8	12-16	3.2	13-14	0.0	0
Уход от идеалов социализма	0.0	0	6.9	12-14	0.0	0	0.0	0	0.0	0

Нехватка продуктов питания, товаров первой необходимости	3.8	15-16	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
Другие проблемы	3.8	15-16	6.9	12-14	4.8	12-16	3.2	13-14	4.8	13-15

Отвечая на вопрос о том, какие из ценностей должны быть путеводными маяками для россиян в XXI веке, опрошенные журналисты поставили на первое место законность (от 40 процентов опрошенных журналистов в Новосибирске до 65 процентов в Самаре). Затем идет здоровье, потом такие традиционные ценности, как нравственность, свобода, духовность, культура, профессионализм. Что касается демократии, то она разместилась на 7-9 месте в Воронеже, 9-12 месте в Самаре и Санкт-Петербурге, 14-15 в Новосибирске, 18-22 в Екатеринбурге. Еще больше не повезло частной собственности. В системе ценностей опрошенных журналистов она занимает нишу между 10-м и 22-м ранговым местом (табл. 5). Такие еще недавно ценные мифологемы, как могущество страны, державность, соборность заняли самые последние места в этом рейтинге ценностей, которые влияют на журналистское видение происходящих событий.

Таблица 5

**Главные ценности для граждан России в XXI веке**

Ценности	Воронеж		Екатеринбург		Новосибирск		Самара		Санкт-Петербург	
	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг
Законность	61.5	1	62.1	1	33.9	3-4	64.5	1	47.6	2
Здоровье	38.5	2-3	55.2	2	28.6	5-7	19.4	9-12	28.6	6-8
Нравственность	38.5	2-3	27.6	6-8	47.6	1	29.0	3-4	28.6	6-8
Свобода	23.1	7-9	31.0	5	38.1	2	22.6	7-8	42.9	3-4
Духовность, культура	26.9	5-6	34.5	4	23.8	8-9	41.9	2	19.0	9-11
Профессионализм	15.4	12-14	37.9	3	33.3	3-4	25.8	5-6	42.9	3-4
Безопасность	26.9	5-6	27.6	6-8	28.6	5-7	25.8	5-6	28.6	6-8
Ответственность	19.2	10-11	20.7	9-10	19.0	10-13	19.4	9-12	57.1	1
Крепкая семья	30.8	4	20.7	9-10	28.6	5-7	12.9	14-19	33.3	5
Патриотизм	19.2	10-11	27.6	6-8	4.8	18-23	22.6	7-8	19.0	9-11
Демократия	23.1	7-9	6.9	18-22	14.3	14-15	19.4	9-12	19.0	9-11
Достаток	23.1	7-9	17.2	11-13	0.0	0	29.0	3-4	4.8	19-26
Уважение, любовь	15.4	12-14	6.9	18-22	23.8	8-9	12.9	14-19	14.3	12-14
Достоинство	15.4	12-14	10.3	14-17	19.0	10-13	16.1	13	9.5	15-18
Справедливость	11.5	15-19	17.2	11-13	4.8	18-23	19.4	9-12	9.5	15-18
Равноправие	11.5	15-19	10.3	14-17	9.5	16-17	12.9	14-19	9.5	15-18

Благополучие	11.5	15-19	6.9	18-22	19.0	10-13	12.9	14-19	4.8	19-26
Частная собственность	11.5	15-19	6.9	18-22	19.0	10-13	6.5	21-23	14.3	12-14
Согласие, мир	3.8	21-26	6.9	18-22	14.3	14-15	12.9	14-19	14.3	12-14
Порядок	3.8	21-26	10.3	14-17	4.8	18-23	12.9	14-19	9.5	15-18
Предприимчивость	7.7	20	10.3	14-17	9.5	16-17	3.2	24-26	4.8	19-26
Прогресс	3.8	21-26	17.2	11-13	4.8	18-23	6.5	21-23	0.0	0
Милосердие	11.5	15-19	3.4	23-24	4.8	18-23	3.2	24-26	4.8	19-26
Гармония, красота	3.8	21-26	0.0	0	4.8	18-23	9.7	20	4.8	19-26
Коллективизм	0.0	0	3.4	23-24	0.0	0	3.2	24-26	4.8	19-26
Могуществство	0.0	0	0.0	0	0.0	0	6.5	21-23	4.8	19-26
Державность	3.8	21-26	0.0	0	0.0	0	0.0	0	4.8	19-26
Соборность	3.8	21-26	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

Интересно характеризуют опрошенных журналистов ответы на несколько спорных суждений, иногда разводящих людей по разные стороны идеологических баррикад. Например, 30.8 процента опрошенных журналистов Воронежа считают, что правительство обязано обеспечить всех людей работой. В Новосибирске с таким суждением согласны лишь 15 процентов опрошенных.

С утверждением, что свобода слова привела к росту вседозволенности, разврата, порнографии согласны 10 процентов опрошенных журналистов Санкт-Петербурга и Екатеринбурга и 20 процентов коллег из Самары. Пять процентов опрошенных журналистов из Санкт-Петербурга согласны с тем, что главная цель Запада – превратить Россию в третьюразрядную страну. Зато в Воронеже таких – 31 процент. Но есть два пункта, в которых мнение опрошенных журналистов из всех «пилотных» регионов совпадает. Во-первых, это утверждение, что крупные бизнесмены, банкиры, олигархи получают всё больше влияния и власти, и во-вторых, тезис о том, что деньги теперь решают все (табл. 6). Надо сказать, что этих пунктах мнение журналистов практически полностью совпадает с мнением населения.

Таблица 6

**С каким суждением согласны**

Суждения	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Крупные бизнесмены, банкиры, олигархи получают все больше влияния и власти	30.8	48.3	42.9	38.7	38.1
Что бы ни говорили, а деньги теперь решают все	38.5	31.0	52.4	41.9	24.3
Главная цель Запада – превратить Россию в третьюразрядную страну	30.8	24.1	11.8	22.6	4.8

Обязанность правительства – обеспечить всех людей работой	30.8	24.1	14.8	19.4	23.8
Свобода слова привела к росту вседозволенности, разврата, порнографии	15.4	10.3	12.4	19.4	9.5
Нашему народу постоянно нужна «сильная рука»	19.2	6.7	4.9	19.4	9.4
Раз у нас наступил капитализм, то и жить надо по закону капитализма – побеждает сильнейший	15.4	6.9	9.5	6.5	14.3

В ходе исследования была сделана попытка определить взгляды журналистов на роль государства в той ситуации, в которой в настоящее время пребывает Россия. Ответы выстроились следующим образом. По мнению подавляющего большинства опрошенных журналистов, государство должно прежде всего играть роль защитника интересов граждан (от 65 процентов опрошенных журналистов в Воронеже до 90 процентов в Самаре). На втором месте – такая роль как страж закона (от 35 процентов опрошенных журналистов в Самаре до 73 процентов в Воронеже). Все остальные роли – руководитель, слуга, помощник, контролер, опекун и т.д., получили минимальное количество сторонников (табл. 7).

Таблица 7

**Распределение ответов на вопрос «Какой должна быть роль государства по отношению к обществу?»**

Роль	Воронеж	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Санкт-Петербург
Заштитник интересов граждан	65.4	79.3	76.2	90.3	85.7
Страж закона	73.1	62.1	42.9	35.5	42.9
Руководитель	11.5	10.3	14.3	22.6	23.8
Слуга	15.4	17.2	19.0	9.7	14.3
Помощник	7.7	13.8	14.3	19.4	14.3
Контролер	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0
Опекун	7.7	3.4	0.0	0.0	0.0
Другая роль	3.8	0.0	0.0	3.2	0.0

**Отношение к проблемам толерантности/интолерантности**

В рамках проведенного исследования удалось получить информацию о том, как опрошенные журналисты из «пилотных» регионов понимают саму категорию «толерантность». Выяснилось, что подавляющее большинство опрошенных вкладывают в эту категорию смысл, зафиксированный в официальных документах ООН, а именно как признание, уважение и соблюдение прав и свобод всех людей без различия социальных, клас-

совых, религиозных, этнических и иных особенностей. С этой формулировкой согласны 45 процентов опрошенных журналистов из Екатеринбурга, 54 процента из Воронежа, 61 процент из Самары, 62 процента из Санкт-Петербурга, 66 процентов из Новосибирска. Примерно такое же количество журналистов согласны с формулировкой, согласно которой толерантность – это терпимое отношение к чужому мнению, чужим убеждениям. Все остальные формулировки набрали значительно меньшее количество сторонников (табл. 8).

Таблица 8

**Распределение ответов на вопрос «Какие из толкований понятия "толерантность" Вам ближе и понятней?»**

Толкования	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Признание, уважение и соблюдение прав и свобод всех людей без различия социальных, классовых, религиозных, этнических и иных особенностей	53.8	44.8	66.2	61.3	61.9
Терпимое отношение к чужому мнению, чужим убеждениям	50.2	62.1	52.4	41.9	57.1
Искусство жить рядом с непохожим	23.1	24.1	23.8	38.7	23.4
Стремление решать конфликты без насилия	11.5	24.1	38.1	19.4	4.8
Способность и стремление к диалогу	19.2	13.8	5.8	19.4	19.0
Снисхождение к другому	7.7	3.4	3.9	3.2	4.8
Безразличие	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0
Доброта	0.0	3.4	0.0	3.2	4.8

Подавляющее большинство опрошенных журналистов согласны с утверждением, что существуют такие явления, процессы, факты, люди, по отношению к которым нельзя быть толерантным (табл. 9).

Таблица 9

**Распределение ответов на вопрос «Согласны ли Вы с утверждением, что существуют такие явления, процессы, факты, люди, по отношению к которым нельзя быть толерантным?»**

Варианты	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Да, я согласен с таким утверждением	88.5	82.8	93.2	87.1	81.0

## Представления журналистов о проблемах толерантности...

Нет, не согласен	11.5	17.2	6.8	12.9	14.3
Другое	0	0	0	0	4.8

В списке таких явлений, процессов, людей первые позиции занимают, как и у населения, все, что связано с насилием: терроризм и экстремизм, наркобизнес и наркомания, фашизм, преступность, бандитизм и т.д. Что отличает список, предложенный журналистами, от списка сформированного представителями населения, это значительно более высокие веса таких социальных явлений, как коррупция, национализм, беззаконие.

Характеризуя свое отношение к людям, нетерпимым к чужому мнению, агрессивным, грубым, не останавливающимся ни перед чем для достижения своей цели, одним словом, нетолерантным, опрошенные журналисты чаще всего называли такую позицию, как «пытаюсь понять причины такого поведения». Такая интеллигентно-рассудочная установка характерна для 38 процентов опрошенных журналистов из Воронежа, 43 процентов из Санкт-Петербурга, 53-54 процентов из Новосибирска и Самары, и 69 процентов из Екатеринбурга. Возмущение таким поведением испытывают 34 процента опрошенных журналистов из Санкт-Петербурга, 42 процента из Екатеринбурга и Воронежа, 61-67 процентов из Новосибирска и Самары. От 14 до 20 процентов опрошенных журналистов либо ничего не испытывает, либо ощущает зависть к тем, кто умеет добиваться своего (табл. 10).

Таблица 10

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

<i>Отношение</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Пытаюсь понять причины такого поведения	38.5	68.7	52.4	54.8	42.9
Возмущение	42.3	41.4	61.9	67.7	33.5
Презрение	34.6	34.5	19.0	25.8	9.5
Стыд	15.4	13.8	19.0	22.6	19.8
Ненависть	11.5	6.9	0.0	9.7	19.0
Ничего не испытываю	11.5	6.9	9.5	6.5	9.8
Зависть к тем, кто умеет добиваться своего	3.8	3.4	3.7	9.7	10.4
Другое отношение	7.7	13.8	9.5	6.5	16.1

Ответы на предыдущий вопрос хорошо согласуются с ответами на вопрос о том, что делают опрошенные в ситуациях, когда агрессивность, грубость проявляют к ним лично. Чаще всего опрошенные журналисты игнорируют такое поведение (от 35 процентов в Санкт-Петербурге до 52

процентов в Новосибирске). От 14 процентов в Новосибирске до 32 процентов в Санкт-Петербурге пытаются вразумить грубияна. От 10 процентов в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге до 27 процентов в Воронеже отвечают грубоствью на грубость (табл. 11). Довольно значительно количество журналистов используют иные схемы взаимодействия с интолерантными индивидами: высмеивание, убегание, применение силы

Таблица 11

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

Реакция	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Игнорирую такое поведение	30.8	41.4	52.4	45.2	34.7
Пытаюсь вразумить грубияна	23.1	27.6	14.3	22.6	32.3
Отвечаю грубоствью на грубость	26.9	10.3	19.0	19.4	9.7
Другое	19.2	20.7	14.3	12.9	23.3

Если опрошенным журналистам приходилось прибегать к интолерантным формам поведения, то чаще всего они испытывали стыд (от 31 процента опрошенных журналистов в Воронеже до 67 процентов в Санкт-Петербурге). На втором месте такая эмоция, как ненависть к тем, кто спровоцировал такое поведение (от 19 процентов в Санкт-Петербурге до 36 процентов в Самаре). На третьем месте – ненависть к нашей жизни, которая ставит людей в такие обстоятельства (от 10 процентов в Санкт-Петербурге до 48 процентов в Самаре) – (табл. 12). Количество журналистов, которые не испытывают никаких эмоций по поводу себя-нетолерантного, или испытывают положительные эмоции, существенно меньше, чем среди населения.

Таблица 12

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

Ощущения	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Стыд	30.8	41.4	52.4	48.4	66.7
Ненависть к тем, кто спровоцировал такое поведение	23.1	34.5	14.3	35.5	19.0

Ненависть к нашей жизни, которая ставит людей в такие обстоятельства	23.1	24.1	14.3	48.4	9.5
Унижение	11.5	6.9	23.8	25.8	14.3
Опасение, что об этом узнают знакомые и будут осуждать	15.4	13.8	4.8	12.9	9.5
Удовлетворение тем, что удалось добиться своего	19.2	3.4	9.5	3.2	4.8
Ничего не чувствовал, уже привык	11.5	0.0	4.8	0.0	0.0
Другие ощущения	7.7	13.8	14.3	22.6	4.8

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 (табл. 13).

Таблица 13

**Сфера жизни, в которых наиболее очевидно проявляется нетерпимость, ожесточенность, агрессивность**

Сфера жизни	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Улица, транспорт, общественные места	61.5	82.8	52.4	51.6	57.1
Политика	61.5	51.7	38.1	58.1	47.6
Правоохранительная сфера	38.5	34.5	57.1	45.2	57.1
Сфера обслуживания	3.8	13.8	23.8	29.0	28.6
Семейная (частная) жизнь	26.9	10.3	23.3	19.4	14.3
Информационная сфера	15.4	20.7	19.0	16.1	0.0
Социальное обеспечение	23.1	13.7	9.7	16.4	9.2
Работа (проф. деятельность)	15.4	20.7	4.6	0.0	4.8
Здравоохранение	3.9	6.9	19.0	0.0	14.3
Общественная деятельность	3.4	3.7	9.5	6.5	9.3
Образование	3.8	3.1	4.2	3.2	14.3
Спорт	3.7	6.9	4.8	0.0	0.0

Что касается сравнения (по критерию толерантность/интолерантность) государственного, коммерческого и некоммерческого секторов, то мнения разделились. Одна группа опрошенных утверждает, что между

этими секторами никаких различий с точки зрения толерантности не существует. Другая группа журналистов полагает, что в государственном секторе с интолерантностью можно столкнуться гораздо чаще, чем в других секторах (табл. 14).

Таблица 14

**Секторы, в которых люди чаще сталкиваются с нетерпимостью, агрессивностью, нарушением прав человека на собственные убеждения, обычаи, верования**

Секторы	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
В государственном секторе	19.2	44.8	42.9	54.3	47.6
В коммерческом секторе	11.5	10.3	14.3	9.7	7.9
В некоммерческом (третьем) секторе	7.7	6.9	4.8	3.7	4.8
Никаких различий нет	57.7	37.9	38.1	25.8	39.7
Другие	3.8	0.0	0.0	6.5	0.0

Так же, как и представители населения, опрошенные журналисты убеждены, что период президентства Б. Ельцина был самым интолерантным в новейшей истории России. Так думают 24 процента опрошенных журналистов из Новосибирска, 27 процентов из Екатеринбурга, 31 процент из Воронежа, 43 процента из Санкт-Петербурга и 68 процентов из Самары. Довольно значительное количество журналистов полагают, что интолерантность была характерной чертой жизни россиян во все времена. От 12 до 38 процентов опрошенных журналистов считают самым интолерантным периодом истории России советское время (табл. 15).

Таблица 15

**Распределение ответов на вопрос «Когда нетерпимость, агрессивность были больше распространены?»**

Исторический период	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
В период президентства Б. Ельцина	30.8	27.6	24.3	67.7	42.9
Всегда	26.9	27.6	23.3	16.1	23.8
В советское время	23.1	24.1	38.1	12.9	14.3
В нынешний период президентства В. Путина	11.5	13.8	14.3	3.2	9.5
В период М. Горбачева	3.8	3.4	0.0	0.0	4.8

Тем журналистам, которые полагают, что последние годы новейшей истории России отмечены возрастанием интолерантности, было предложено определить причины этого явления. Полученные ответы позволяют сделать вывод о том, что, по мнению опрошенных журналистов, главной

причиной является снижение уровня жизни, связанное с переходом к рыночным реформам. 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 – массированную пропаганду нетерпимости, агрессивности и ксенофобии, осуществляемую СМИ. На четвертое – плохой пример, подаваемый государственными и политическими лидерами. Такие причины, как плохая работа учреждений культуры и образования, призванных воспитывать людей в духе толерантности и исторические традиции грубости, нетерпимости, ксенофобии заняли соответственно, пятое и шестое места (табл. 16).

Таблица 16

**Причины повышения нетерпимости, агрессивности в России**

Причины	Воронеж	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Санкт-Петербург
Снижение уровня жизни, связанное с переходом к рыночным реформам	65.4	72.4	66.7	64.5	76.2
Низкий образовательный, культурный уровень населения	51.2	75.9	52.4	51.6	52.4
Массированная пропаганда нетерпимости, агрессивности и ксенофобии, осуществляемая СМИ	34.6	44.8	28.6	45.2	42.9
Плохой пример, подаваемый государственными и политическими лидерами	30.8	20.7	23.8	48.4	28.6
Плохая работа учреждений культуры и образования, призванных воспитывать людей в духе толерантности	34.5	31.0	27.6	29.0	24.3
Исторические традиции грубости, нетерпимости, ксенофобии	26.9	24.1	32.4	25.8	23.8
Другие причины	11.5	10.3	0.0	0.0	0.0

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 со-

здание атмосферы толерантности» – «способствующие созданию атмосферы интолерантности». В первой группе лидируют правоохранительные органы. Таково мнение журналистов всех регионов, в которых проводилось исследование. Затем идет армия (51 процент опрошенных журналистов из Екатеринбурга, 48 процентов опрошенных журналистов из Новосибирска, 45 – из Самары, 31-32 – Воронеж и Санкт-Петербург). На третьем месте в этом рейтинге – политические партии (54 процента опрошенных журналистов из Самары, 41 процент – из Екатеринбурга, 38 процентов – из Воронежа и Санкт-Петербурга, 34 процента из Новосибирска). К политическим партиям примыкает Государственная Дума РФ, которая, по мнению опрошенных журналистов, также вносит существенный вклад в формирование в российском обществе атмосферы интолерантности. Так думают 38 процентов опрошенных журналистов из Воронежа, 25 процентов из Екатеринбурга, 24 процента из Новосибирска, 39 процентов из Самары, 30 процентов из Санкт-Петербурга. Затем вперемешку идут коммунальные службы, новые религиозные движения, органы управления городского уровня, средства массовой информации, госавтоинспекция (ГИБДД), судебная власть РФ. Такова первая десятка интолерантных структур (табл. 17).

Таблица 17

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

<i>Структуры</i>	<i>Воронеж</i>	<i>Екатеринбург</i>	<i>Новосибирск</i>	<i>Самара</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
Правоохранительные органы (милиция, прокуратура, налоговая полиция)	57.7	62.1	57.1	54.8	66.7
Армия	30.8	51.7	47.6	45.2	32.3
Политические партии	38.5	41.4	33.7	54.8	38.1
Госдума РФ	38.4	24.9	23.8	38.7	29.5
Коммунальные службы	38.3	41.2	23.6	48.1	33.1
Новые религиозные движения	23.1	37.9	9.5	16.1	38.1
Органы управления городского уровня	30.8	27.6	14.8	25.8	23.8
Средства массовой информации	15.9	24.1	14.3	16.1	37.6
Госавтоинспекция (ГИБДД)	11.5	13.8	23.4	22.3	14.3
Судебная власть РФ	15.7	13.5	28.1	12.9	9.8

Что касается государственных и общественных 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 64 процента опрошенных журналистов из Екатеринбурга, 52 процента из Новосибирска, 48 процентов из Санкт-Петербурга, 42 процента из Самары, 33 процента из Воронежа. Затем идут традиционные церкви, толерантный потенциал которых отмечали более 40 процентов опрошенных журналистов во всех регионах, в которых проводилось исследование. На третьем месте в этом условном рейтинге структур, позитивно влияющих на общественные нравы – правозащитные организации, авторитет которых в журналистском мнении в последние годы возрос. Их отметили 52 процента опрошенных журналистов из Санкт-Петербурга, 48 процентов опрошенных журналистов из Самары и Новосибирска, 34 процента из Екатеринбурга и 31 процент из Воронежа. 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 26 процентов опрошенных журналистов из Самары, 20 процентов из Новосибирска, 17 процентов из Екатеринбурга, 15 процентов из Воронежа, 11 процентов из Санкт-Петербурга (табл. 18).

В вторую пятерку институтов, способствующих толерантности, входят, по мнению опрошенных журналистов, средства массовой информации, судебная власть, Правительство России, органы национальной безопасности, профсоюзы.<sup>53</sup>

Таблица 18

**Структуры, способствующие формированию  
в обществе атмосферы толерантности**

Структуры	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Общественные организации	33.1	64.5	52.4	41.9	47.8
Традиционные церкви	42.3	37.9	47.9	48.9	47.5
Правозащитные организации	30.8	34.5	47.6	48.4	51.9
Экологические организации	19.2	31.0	28.6	29.0	41.6
Администрация Президента РФ	15.4	17.7	19.5	25.8	11.3
Средства массовой информации	5.8	24.1	14.3	19.4	9.8

<sup>53</sup> Любопытно, что средства массовой информации и судебная власть попали в оба списка, что говорит об их двойственном образе в сознании региональных журналистов.

## Российские СМИ: как создается образ врага

Судебная власть РФ	3.8	17.2	5.8	16.7	19.0
Правительство РФ	11.5	13.8	0.0	16.1	9.5
Органы национальной безопасности (ФСБ, СВР, ФАПСИ)	15.4	6.9	0.0	3.9	23.8

Около 40 процентов 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. Нетерпимость есть везде – так считают 45 процентов опрошенных журналистов из Екатеринбурга, 42 процента опрошенных журналистов из Воронежа и Самары, 30 процентов опрошенных журналистов из Новосибирска и Санкт-Петербурга. 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 (табл. 19).

Таблица 19

### Причины бытующего мнения, что в некоторых странах Запада уровень терпимости и уважительного отношения к другим людям выше, чем в России

Причины	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Традиции и культура препятствуют нетерпимости	26.9	34.5	33.7	29.1	42.9
Там за грубость, нетерпимость наказывают	34.6	20.3	38.1	38.7	28.6
При высоком уровне жизни можно быть толерантным	46.2	51.7	39.1	45.2	38.2
Заблуждение, т.к. нетерпимость есть везде	42.3	44.8	28.6	41.9	29.1

Что касается возможности сформировать толерантное общество в России, то многие журналисты относятся к этой идее весьма скептически, однако полагают, что если за это взяться всем миром, то может быть, что-нибудь получится (табл. 20).

Таблица 20

### Условия формирования толерантного общества в России

Условия	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Власть и Президент должны бороться с нетерпимостью	3.9	6.9	0.5	3.2	9.5
Нетерпимость можно победить только всем миром	61.7	59.0	70.4	67.4	60.9

В России невозможно толерантное общество	26.9	27.2	24.3	22.9	24.8
Другое	7.4	6.9	4.8	6.5	4.8

### Отношение к СМИ, как источнику информации о проблемах толерантности

Подавляющее большинство опрошенных журналистов убеждены, что СМИ должны активнее, чем в настоящее время, заниматься освещением проблем толерантности (табл. 21).

Таблица 21

#### Распределение ответов на вопрос «Считаете ли Вы проблемы толерантности и экстремизма важными и актуальными для освещения в российских СМИ?»

Варианты	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Да	80.8	82.8	85.2	83.9	86.3
Нет	11.5	10.3	11.7	9.6	8.9
Затрудняюсь ответить	7.7	6.9	3.1	6.5	4.8

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 считают, что СМИ прежде всего являются трибуной для высказывания различных взглядов. Этого мнения придерживаются от 75 процентов опрошенных журналистов Санкт-Петербурга до 57 процентов опрошенных журналистов Самары (табл. 22).

Таблица 22

#### Роль российской прессы в формировании толерантного сознания

Роль СМИ	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Пропагандист экстремизма и насилия	19.2	10.3	9.5	13.2	9.5
Пропагандист установок толерантного сознания	3.2	4.1	4.8	3.8	4.8
Беспристрастный информатор	15.4	10.9	11.8	19.3	9.8
Трибуна для высказывания различных взглядов	62.2	71.3	69.7	57.2	75.9
Другие роли	0.0	3.4	4.6	6.5	0.0

Признавая, что отдельные журналисты действительно распространяют в СМИ экстремистские настроения, примерно половина опрошенных журналистов объясняют такое поведение прежде всего материальными соображениями. Как было написано в одной из анкет: «Некоторые журналисты делают то, за что им платят больше. Следовательно, надо не на журналистов «бочки катить», а искать заказчика». От 20 процентов (Самара) до 38 процентов (Новосибирск) опрошенных журналистов полагают, что те, кто так поступает, просто не понимают, что делают. Некоторые журналисты просто хотят привлечь к себе внимание. Вместе с тем опрошенные журналисты полагают, что есть и такие коллеги, которые сознательно используют трибуну СМИ для продвижения в массы своих интолерантных убеждений (табл. 23).

Таблица 23

### Причины, по которым отдельные журналисты распространяют в СМИ экстремистские настроения

Причины	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Им платят за это деньги или стимулируют их «подвиги» иначе	42.3	48.3	38.6	51.6	38.1
Они не понимают, что делают, не думают о последствиях своей деятельности	30.8	23.4	37.1	19.4	23.8
Они хотят таким образом привлечь к себе внимание	15.4	21.0	14.1	16.5	23.6
Таковы их личные убеждения (или искренние заблуждения)	11.5	6.9	10.2	12.5	14.5

Что же, по мнению опрошенных журналистов, нужно делать для того, чтобы повысить толерантный потенциал СМИ, предотвращать появление в печатной и электронной прессе заведомо экстремистских материалов? Если убрать некоторые заявления типа «надо закрыть все СМИ!», то вырисовывается следующая картина. Главным средством опрошенные считают соблюдение всеми журналистами профессиональных этических кодексов. Таково мнение 50 процентов опрошенных журналистов из Воронежа, 59 процентов из Екатеринбурга, 66 процентов из Новосибирска и Санкт-Петербурга, 71 процента из Самары. Важное значение придают опрошенные журналисты укреплению законодательной базы, регулирующей действия журналистов. Третье средство повышение толерантности публикаций и передач – внедрение идей и духа толерантности в деятельность журналистов посредством специальных семинаров, конференций, обсуждений, тренингов и др. Определенную роль, но не очень значительную, по мнению опрошенных журналистов, могут сыграть создание разнообразных структур, которые будут осуществлять профессионально-экспертную оценку спорных публикаций, осуществлять так называемый

общественный контроль за СМИ. Лишь единицы из опрошенных журналистов высказались за установление жесткого цензурного контроля над СМИ (табл. 24).

Таблица 24

**Меры, наиболее эффективные для предотвращения экстремистских выступлений в российских СМИ**

Меры	Воронеж	Екатеринбург	Ново-сибирск	Самара	Санкт-Петербург
Соблюдение профессиональных этических кодексов журналистов	50.4	58.6	65.7	70.6	66.5
Укрепление федеральной и местной законодательной базы и ее строгое соблюдение	46.2	48.3	48.9	45.5	52.9
Внедрение идей и духа толерантности и гражданской ответственности в деятельность журналистов	38.5	41.4	52.4	48.4	54.9
Профессионально-экспертная оценка спорных публикаций	11.5	13.8	19.0	22.6	23.8
Создание экспертных советов при журналистских организациях	19.2	13.8	10.5	19.4	14.3
Общественный контроль за деятельностью СМИ	15.4	17.2	14.8	16.1	14.3
Установление жесткого контроля над СМИ, цензура их материалов	9.2	0.0	0.0	3.2	0.0

Формулируя некую позитивную программу действий, осуществляя которые региональные журналисты могли бы более энергично способствовать становлению толерантного сознания, опрошенные журналисты выделили следующие направления своей деятельности (табл. 25).

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

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

**Третье направление** – демонстрация антиобщественной природы экстремизма во всех его проявлениях. Этую идею поддерживают 61 процент опрошенных журналистов из Санкт-Петербурга и Воронежа, и

свыше 44 процентов опрошенных журналистов из Новосибирска, Самары и Екатеринбурга.

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

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

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

Таблица 25

**Действия СМИ для формирования толерантного сознания и препятствования распространению экстремизма и насилия в России**

Действия	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
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	61.5	75.9	71.4	67.7	71.4
Отражать разнообразие культурных ценностей, идей и мнений в обществе	53.0	46.8	66.7	61.3	47.6
Раскрывать антиобщественную природу экстремизма в различных его формах, противодействовать ксенофобии, фашизму, фанатизму и фундаментализму	61.5	48.3	43.9	45.5	61.4
Помогать конструктивному взаимодействию социальных групп, имеющих различные ценностные, религиозные и политические ориентиры, способствовать снижению социальной напряженности в обществе	30.8	41.4	23.8	38.7	24.6
Способствовать выработке у населения норм толерантного поведения и навыков межкультурного взаимодействия	27.7	31.9	33.7	31.9	34.1
Другие действия	3.8	0.0	4.8	3.2	4.8

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 (табл. 26):

– **СМИ должны обеспечивать освещение хода реализации таких программ.** За такой подход выступают от 59 процентов опрошенных журналистов в Екатеринбурге до 71 процента опрошенных журналистов в Самаре;

– **СМИ должны анализировать ход реализации этих программ.** За аналитический подход выступают от 55 процентов опрошенных журналистов в Екатеринбурге до 70 процентов в Новосибирске и Самаре;

– **СМИ должны контролировать действия тех, кто занимается осуществлением государственных и общественных программ.** С этой мыслью согласны от 20 процентов опрошенных журналистов в Самаре до 47 процентов в Новосибирске.

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.

Более того, в журналистском сообществе есть немало людей, которые уверены в том, что **СМИ вообще не должна участвовать в каких-либо программах, имеющих социальный или коммунитарный характер.** Таких насчитывается от 17 процентов в Екатеринбурге до 23 процентов в Воронеже.

Таблица 26

**Роль прессы по отношению к программам по повышению уровня толерантности в обществе**

Роль прессы	Воронеж	Екатеринбург	Новосибирск	Самара	Санкт-Петербург
Освещать ход реализации программ, информировать о наиболее интересных событиях, связанных с реализацией программ	61.9	58.6	57.8	71.2	61.9
Анализировать ход реализации программ, события и процессы, связанные с формированием установок толерантного сознания и профилактикой экстремизма в российском обществе	61.5	55.2	69.4	68.9	66.7
Контролировать действия органов власти, научных и общественных организаций, занимающихся осуществлением программ	34.6	24.1	47.6	19.4	28.6

Пресса вообще не должна участвовать ни в каких программах: ее дело – информировать о происходящих событиях и только	23.1	16.8	18.8	22.6	19.3
Другие роли	3.8	6.9	4.3	3.2	7.3

### Выводы<sup>54</sup>

Таким образом, опрошенные журналисты считают основными проблемами нашего общества кризис культуры, морали и нравственности; бедность людей; организованную преступность и бандитизм. В качестве главных ценностей они рассматривают законность, здоровье, нравственность, свободу, професионализм. С точки зрения опрошенных журналистов, в современном обществе все больше влияния и власти получают люди бизнеса, а главенствующую роль играет формула «Деньги решают все». В такой социально-экономической ситуации правительство должно стать защитником прав граждан и стражем закона.

Более половины опрошенных журналистов под толерантностью понимают признание, уважение и соблюдение прав и свобод всех людей, а чуть меньше половины полагают, что толерантность – это терпимое отношение к чужим мнениям и убеждениям.

Людей, склонных проявлять свою агрессивность, опрошенные журналисты пытаются понять, однако при этом испытывают возмущение их поведением и стыдятся, когда в общении с ними вынуждены прибегать к адекватным агрессивным методам. По мнению журналистов, с нетерпимостью, ожесточенностью чаще всего приходится сталкиваться на улице, в транспорте, в общественных местах, в политической и правоохранительной сферах. Журналисты считают, что случаи проявления интолерантного поведения нередки во всех секторах экономики, однако чаще можно нарваться на грубость все-таки в государственном секторе.

Толерантность, по мнению сотрудников СМИ, держится на традиционной церкви, общественных и правозащитных организациях. А вот нетерпимость в обществе в первую очередь насаждают правоохранительные органы, политические партии и армия.

Причины повышения нетерпимости в современной России журналисты видят в снижении уровня жизни (кстати, около половины опрошенных считают, что толерантным можно быть только при высоком уровне жизни), низким образовательном и культурном уровне населения, а также – вполне самокритично – в пропаганде нетерпимости, осуществляющей СМИ. Подавляющее большинство участников опроса полагают, что победить нетерпимость, агрессивность можно только всем миром: с ней должны бороться и власть, и все граждане.

Полагая, что проблемы толерантности являются важными и актуальными для российских СМИ, журналисты считают, что средства массовой

---

<sup>54</sup> В этом разделе использованы предложения, высказанные участниками научного совещания, обсуждавшего результаты данного проекта в декабре 2002 года.

информации должны предоставлять возможность выступать со своими взглядами как сторонников толерантного подхода, так и их агрессивных противников. При этом опрошенные замечают, что самих журналистов выражать экстремистские настроения чаще всего заставляет «презренный металл». И самыми эффективными средствами противодействия таким выступлениям они считают соблюдение профессиональных этических кодексов журналистов, а также внедрение идей и духа толерантности и гражданской ответственности в деятельность журналистов.

Для того чтобы в России восторжествовало толерантное сознание, СМИ должны формировать у людей уважение к различным мировым культурам, отражать разнообразие культурных ценностей, идей, мнений, а также раскрывать антиобщественную природу экстремизма. Что касается отношения к программам по повышению уровня толерантности в обществе, то журналисты полагают, что СМИ должны освещать и анализировать ход их реализации.

Однако для того, чтобы СМИ стали активным пропагандистом идей толерантности, надо решить несколько проблем.

Первая – теоретико-журналистская. СМИ и их работники должны получить от разработчиков теории журналистики, специально адаптированной к характеру журналистской деятельности характеристики толерантности. К сожалению, в этой сфере достижений крайне мало. В большинстве работ, по сути, призванных быть фундаментальными, проблемы толерантности практически не затрагиваются.<sup>55</sup>

Вторая – продолжение усилий по внедрению "культуры толерантности" в сознание и практику журналистов российских СМИ. Тут нельзя обойтись без сосредоточения внимания журналистской периодики и издателей книг для журналистов на теоретических и практических вопросах толерантности в этой специфической профессиональной сфере. С целью активизации публикации материалов, связанных с темой толерантного сознания и действия, может быть организована система федеральных и региональных мини-грантов и конкурсов.

Третья – необходима достаточно строгая кодификация принципов и норм толерантного поведения. Основой может послужить "Декларация принципов толерантности", подготовленная и изданная ЮНЕСКО. Профессиональные кодексы и рекомендации должны разрабатываться на специализированных журналистских конференциях, причем лучше всего делать это не на региональном уровне (хотя и это важно), а применительно ко всему журналистскому сообществу страны. И с привлечением не только представителей журналистских и научно-общественных кругов,

---

<sup>55</sup> См., например, Корконосенко С.Г. Основы журналистики. – М., 2001; Теория и методика журналистского творчества. – М., 1998; Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. – М., 2001; Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Моральный выбор журналиста. – Тюмень, 2002; Казаков Ю.В. На пути к профессиональнopravильному. – М., 2001; Свитич Л.Г. Феномен журнализа. – М., 2000, и др. То же можно сказать и о зарубежных работах (в том числе и переведенных на русский язык) по общей теории журналистики.

но и государственных институтов.<sup>56</sup> Должно быть абсолютно ясно, что, если не будет механизмов привлечения к профессиональной, корпоративной ответственности, все эти усилия будут напрасными.

Четвертая – формирование в сообществе журналистов сознания необходимости распространять через СМИ представления о принципах и нормах толерантного поведения в различных слоях общества. С журналистов этой "обязанности" снять невозможно, поскольку другого такого средства массовой пропаганды "культуры толерантности" (наряду со сферой образования) попросту нет. Справедливо мнение, что "межкультурному (или кросскультурному) взаимопониманию необходимо учить", что прямо связано с изучением "природы толерантности, равно как и способов толерантного взаимодействия".<sup>57</sup> Для сферы образования такие работы уже издаются. Кроме переведенной на русский язык книги Бетти Р. Риэрдон, начала выходить ориентированная на школу "Библиотека психологии и педагогики толерантности", в рамках которой уже издан сборник статей, программ и методических указаний "На пути к толерантному сознанию" под редакцией А.Г. Асмолова. В сфере журналистики крайне необходимы подобного же типа издания, притом специально адаптированные и достаточно широко распространяемые.

Вместе с тем авторы исследования полагают, что должна быть создана система общественного мониторинга за состоянием информационной среды, которая позволит выявлять интолерантные публикации, убедительно доказывать наносимый ими моральный вред. Здесь необходим комплексный подход, включающий анализ через фокус-группы<sup>58</sup>, проведение лингвистической экспертизы, воздействование механизма независимой журналистской экспертизы и т.п.

Пятая – нужно уделить внимание такому аспекту, как повышение квалификации журналистов. Это могут быть государственные или общественные, общефедеральные или региональные программы. В этих программах должны быть разделы, позволяющие овладеть современными информационными и коммуникативными технологиями развития навыков толерантного мышления, противостояния экстремизму и активного толерантного действия. Может быть введена федеральная составляющая в программы факультетов журналистики вузов.

Все сказанное выше говорит о том, что необходимо наращивать усилия как в области теоретической разработки принципов и норм "культуры толерантности", так и в области внедрения их в сознание и практику журналистского сообщества, которое, в свою очередь, должно принять на

---

<sup>56</sup> Кажется справедливым мнение, высказанное в книге "The Politics of Tolerantion", что формирование представлений о достижении общего блага, всего нужного человеку (common good) зависит, конечно, от взглядов и принятых в обществе идей, но и государство должно участвовать в создании рамок общественного порядка (public order).

<sup>57</sup> Риэрдон Бетти Р. Толерантность – дорога к миру. – М., 2001, – С. 12.

<sup>58</sup> Фокус-группы могут позволить выявить эмоциональную составляющую того или иного негативного стереотипа или ярлыка. То, что невозможно доказать формально юридически, можно доказать через механизм фокус-группы.

себя обязанность активно и эффективно распространять "культуру толерантности" в обществе.

Однако есть еще одна сторона вопроса. Опыт последнего десятилетия еще раз подтвердил, в общем-то, очевидную истину о том, что СМИ становятся эффективным средством самоопределения людей в различных сферах, в том числе и в проблеме толерантности, при условии, когда они воспринимаются как независимые от власти и свободные в освещении действительности и выражении мнений. В противном случае к ним относятся как к средству давления и умело это давление обходят. Следовательно, для того чтобы российская журналистика стала эффективным средством формирования установок толерантности, надо менять отношения между властью, бизнесом и СМИ. Переходить от моделей подчинения СМИ власти и бизнесу или модели их вечного противостояния к модели социального партнерства. Существенно повысить "прозрачность" всех процессов: экономических, политических, социальных, информационных. Подлинный диалог, подлинное партнерство, подлинное доверие возможны только в атмосфере информационной открытости.<sup>59</sup>

Особое внимание следует обратить на правовую сторону вопроса. Необходимо разработать и издать массовым тиражом правовой словарь, в котором были бы даны ответы на вопросы: что есть пропаганда войны, национализма и пр.; как нужно классифицировать фашизм, национализм, шовинизм, экстремизм, радикализм, религиозный и другой фанатизм, фундаментализм и пр.; что такое в правовом смысле призыв к насилиственному изменению конституционного строя; можно ли в правовом порядке опреде-

---

<sup>59</sup> Открытый и беспрепятственный доступ к общественно значимой информации выступает в этом смысле не просто гарантом справедливого управления и свободного общества. Общественно значимая информация способствует просвещению народа, стимулирует прогресс и помогает решению стоящих перед нами сложных экономических, научных и социальных проблем. Это положение вытекает из идеи о том, что свободный доступ каждого к информации – основной принцип свободных обществ, гарантируемый их конституциями и международными законами. Это указано в статье 19 Всеобщей декларации прав человека, которая гласит: "Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений, свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ". Указанные свободы могут быть ограничены в случаях, когда "это установлено законом, исключительно с целью обеспечения должного признания и уважения прав и свобод других лиц и удовлетворения справедливых требований морали, общественного порядка и общего благосостояния в демократическом обществе" (статья 29). Каждая свобода, гарантированная во Всеобщей декларации, была "прогозглашена как наивысшее стремление народа" (Введение). В ст. 10 Конвенции защиты прав человека и основных свобод, а также в документах, разработанных органами Конвенции, включая прецеденты, рассматриваемые Европейским судом по правам человека, ясно указано, что в странах-членах Совета Европы свобода доступа каждого к официальным (административным) документам рассматривается как средство надзора над действиями властей и как показатель состояния демократии. Эта свобода является одним из основных методов участия граждан в местной общественной жизни и общественной жизни всей нации.

лить другие (помимо межнациональной) виды розни: например, между различными социальными группами, отличающимися по имущественному положению; как относиться к лозунгам типа "Перебьем всех олигархов!"

Без правового разрешения всех этих вопросов, попытки какого-либо юридического разграничения и, следовательно, определения законности какого-либо социального и другого положения потенциальных носителей этих терминов, либо заявителей приведенных выше лозунгов и пр., являются некорректными, что однозначно приводит к невозможности какого-либо преследования экстремистов и экстремизма в целом в рамках правового государства.

Правовые усилия должны быть направлены, в том числе, на то, чтобы в обществе сформировалось мнение, что культура мира, толерантное сознание и другие аналогичные понятия эффективно противостоят насилию, терроризму, фашизму, национализму.

Учитывая, что одной из важнейших тенденций развития современных обществ является глобализация, пришло время обобщить накопленный в мире опыт становления мультикультурных обществ, исследовать роль государственных и общественных институтов, осмыслить позитивные и негативные последствия тех или иных мультикультуральных программ и проектов. Мы исходим из того, что различные демократические системы имеют универсальные принципы, структуры, процедуры и цели и различаются главным образом по разнообразию форм. Национальное развитие выступает формой проявления общих закономерностей, и любое общество способно принимать разумные идеи. Например, будущее российского мультикультурализма возможно предвидеть, обратившись, в частности, к опыту американского, канадского, германского мультикультурализма. Опыт имплементации норм и принципов мультикультурализма, интернационализации подходов к решению возникающих в этой сфере проблем, может оказаться весьма ценным. На основе мониторинга и анализа накопленного опыта появится возможность сформулировать и предложить разным странам концептуальные и программные документы, на базе которых могут быть разработаны национальные программы движения к мультикультурному обществу.

Другими словами, не стоит уповать на то, что критикой "языка вражды" и демонстрацией образцов толерантного поведения можно изменить общую атмосферу в обществе и стране. Понадобится долгий и трудный путь пересмотра многих казавшихся незыблемыми представлений и культурных установок. И этот путь вместе со всем обществом должны пройти и журналисты, им придется овладевать новой – диалогической – профессиональной культурой, которая отвечала бы нынешнему этапу развития России. Детальная проработка норм основанного на открытом диалоге информационного порядка "открытого общества", демократически и гуманистически ориентированного, способна привести к серьезным изменениям в информационной политике различных СМИ и способствовать формированию в обществе норм толерантного поведения.

*Опубликовано в книге «Социальное насилие и толерантность: реальность и медиа-образы. – М., 2004.*

# О РОЛИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ФОРМИРОВАНИИ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ АТМОСФЕРЫ ТОЛЕРАНТНОСТИ И МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМА

*(И.М. Дзялошинский)*

В 2004 году НИК предпринял попытку исследовать вопрос о том, какова мера интереса СМИ к определенным проблемным полям, на которых и происходят основные события, которые можно рассматривать в контексте толерантности<sup>60</sup>. Для этого был проведен поиск медиа-текстов, содержащих следующие ключевые слова (категории анализа)<sup>61</sup>:

- антисемитизм;
- гомофobia;
- дискриминация;
- интолерантность;
- кавказофобия;
- ксенофобия;
- мигрантофобия;
- мультикультурализм;
- нацизм;
- нетерпимость;
- национализм;
- расизм;
- терпимость;
- толерантность;
- экстремизм.

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

В качестве гипотезы была выдвинута идея, согласно которой в журналистике существуют четыре основных способа воспроизведения описываемых предметов и выражения своего отношения к предметам описания.

---

<sup>60</sup> В данном исследовании для обозначения этого феномена использовано рабочее понятие «проблемное поле толерантности».

<sup>61</sup> Выбор категорий анализа был продиктован необходимостью выявить степень распространенности в текстах печатных СМИ определенного набора понятий, обозначающих распространенные явления и состояния современного российского общества в контексте толерантности. Из категорий анализа были изъяты такие понятия, как, например, «терроризм» и «агрессия», так как их изучению посвящено достаточно большое количество исследований.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Что показало исследование?

Прежде всего необходимо констатировать слабость, приблизительность, неточность понятийного аппарата, используемого средствами массовой информации для описания все усложняющихся социальных процессов, особенно в проблемном поле толерантности. Выяснилось, что авторы большинства материалов, содержащих в себе очевидный потенциал интолерантности, либо не знают терминов и понятий, с помощью которых

обычно описывают подобные ситуации, либо избегают такие понятия употреблять. Например, такие категории, как гомофобия, интолерантность, кавказофобия и мультикультурализм, не встретились в анализируемых газетах ни разу. При этом сами явления, обозначаемые этими понятиями, обсуждаются. Не пишут – кавказофобия, а пишут про «плохих лиц кавказской национальности» и т.д.

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

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

Получила подтверждение гипотеза о том, что чаще всего журналисты используют для формирования определенного образа событий или явлений два основных способа: тонированное (то есть специфическим образом окрашенное) описание и прямую авторскую оценку. Объяснительные и тем более поведенческие модели используются реже. Некоторые тексты вообще состоят только из двух компонентов: описания и оценки – никаких объяснений и моделей разумного действия не предлагается (табл. 1).<sup>62</sup>

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

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

---

<sup>62</sup> 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». Статистические данные в таблицах приведены в процентах по каждой категории анализа в рамках отдельного элемента текста. Сумма может быть меньше ста процентов в тех случаях, когда в анализируемых материалах отсутствовал тот или иной элемент текста.

Таблица 1

## Результаты мониторинга электронных версий федеральных печатных СМИ (в целом по массиву)

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

Еще меньше в анализировавшихся текстах суждений, в которых предлагается образ разумного действия (ОРД). Изредка встречаются позитивные ОРД, направленные на преодоление дискриминации, экстремизма, ксенофобии, расизма. Поддерживаются практики толерантного, терпимого поведения. В негативном ключе воспроизводятся дискриминационные, экстремистские практики. Анализ текстов с точки зрения особенностей отображения различных проблемных полей показывает, что здесь есть некоторые нюансы.

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

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

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

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

Таблица 2

## Результаты мониторинга электронной версии газеты «Известия»

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

Таблица 3

## Результаты мониторинга электронной версии газеты «Аргументы и факты»

Категории анализа	Элементы текста											
	описание			оценка			объяснение			образ разумного действия		
	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально
Антисемитизм	0.0	0.0	100.0	0.0	33.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Дискриминация	0.0	0.0	100.0	0.0	66.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нацизм	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нетерпимость	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Национализм	0.0	0.0	100.0	0.0	66.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Терпимость	0.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Голерантность	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Экстремизм	0.0	20.1	20.6	0.0	33.1	0.0	0.0	20.3	40.9	0.0	0.0	0.0

Таблица 4

## Результаты мониторинга электронной версии газеты «Комсомольская правда»

Категории анализа	Элементы текста											
	описание			оценка			объяснение			образ разумного действия		
	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально
Антисемитизм	0.0	0.0	65.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Дискриминация	0.0	30.3	66.9	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Национализм	0.0	50.4	33.1	0.0	62.7	0.0	0.0	35.3	16.7	0.0	0.0	0.0
Расизм	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
Герпимость	40.4	0.0	50.9	50.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Голерантность	47.0	0.0	0.0	52.2	0.0	47.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Экстремизм	0.0	0.0	60.7	0.0	34.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Таблица 5

## Результаты мониторинга электронной версии газеты «Московский комсомолец»

Категории анализа	Элементы текста											
	описание			оценка			объяснение			образ разумного действия		
	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально	хорошо	плохо	нейтрально
Антисемитизм	0.0	30.3	62.7	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
Дискриминация	0.0	0.0	60.1	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
Ксенофобия	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Нетерпимость	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Национализм	30.7	0.0	35.1	33.9	36.3	0.0	0.0	0.0	34.9	0.0	0.0	0.0
Расизм	0.0	0.0	49.5	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
Герпимость	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47.9	0.0	0.0	51.0	0.0	0.0
Голерантность	47.1	0.0	49.2	51.0	0.0	0.0	47.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

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

Таблица 6

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

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

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

Мониторинг позволил выявить и меру интереса различных Интернет-ресурсов к различным объектам проблемного поля толерантности. Или, по-другому, определить специализацию Интернет-ресурсов. Для этого был проведен анализ информационной продукции с точки зрения пред-

ствленности в ней текстов, посвященных таким объектам толерантного / интолерантного отношения, как национальности, религии, социальные группы, организации и структуры.

Выяснилось, что в информационном потоке, продуцируемом АСИ, доминирует проблематика социальных групп (44 процентов от общего количества всех текстов этого агентства, попавших в мониторинг в этот период). Затем идут межнациональные отношения, взаимоотношения с организациями и ведомствами, межконфессиональные отношения.

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

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

Свои специфические интересы есть и у других Интернет-ресурсов.

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

Таблица 7

### Распределение позитивного внимания к объектам проблемного поля толерантности

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

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

Таблица 8

**Распределение материалов о позитивном опыте межнациональных отношений**

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

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

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

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

Таблица 9

**Распределение материалов о позитивном опыте межконфессиональных отношений**

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

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

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

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

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

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

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

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

Таблица 10

### Распределение материалов о позитивном опыте взаимоотношений социальных групп

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

Информационный поток, посвященный сфере социальных отношений, как уже было сказано выше, в основном формируется АСИ. Вносят свой вклад в формирование этого информационного потока РИА Новости и Глобальный еврейский он-лайн центр (см. табл. 6).

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

Таблица 11

### Распределение материалов о позитивном опыте взаимоотношений организаций и структур

<i>Организации и структуры</i>	<i>%</i>
Общественные организации	32,1
Органы управления областного уровня	15,7
Традиционные церкви	13,2
Органы управления городского уровня	12,3
СМИ	12,1
Экологические организации	6,1
Правоохранительные органы	3,7
Госдума	3,6
Президент	1,2

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

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

*Опубликовано в журнале «Журналистика и медиарынок». – 2004. – № 6.*

## РОЛЬ СМИ В ОРГАНИЗАЦИИ ДИАЛОГА ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА

*(И.М. Дзялошинский)*

### Что такое диалог

Существует огромное количество разнообразных подходов к проблеме информационного взаимодействия индивидов, групп, народов, государств, культур, цивилизаций. Однако все их можно свести в две группы. К одной из них относятся теории и технологии, допускающие и поддерживающие несимметричную коммуникацию, когда один из участников коммуникации определяет ее содержание и способы общения, а другой лишь подчиняется. Такую коммуникацию и оправдывающие ее теории имеет смысл назвать репрессивной. Другая практика опирается на идею симметричной коммуникации, объединяющей равноправных партнеров. Такую коммуникацию можно назвать диалогической.

Ни для кого не секрет, что в политической и медийной сфере России господствуют репрессивные технологии общения и коммуникации. В средствах массовой информации, современной публицистической и научной литературе в последнее время часто можно встретить термины «зомбирование», «манипулятивные технологии», «психологические операции», «политические кампании» (информационно-пропагандистские, рекламные и т.п.), «комплексные манипуляции», «политические игры», «лоббирование», «кризисные технологии» и т.д.

Речь идет о способах скрытого принуждения личности к определенному поведению. В частности, российские СМИ все более и более становятся не только средством связи, обеспечивающим доступ людей к информации, к различным уровням контактов и общения, но и приобретают черты мощнейшего инструмента формирования сознания, чувств, вкусов, мнений огромных аудиторий людей и инструмента воздействия в желаемом для кого-то духе. В многочисленных политологических и социологических исследованиях западных СМИ установлен непреложный факт: СМИ являются «манипуляторами сознания».

Некоторые аналитики рассматривают язык вражды и угроз как некую небрежность или проявление личной некорректности. На самом деле грубоść, нетолерантность в языковой сфере являются лишь проявлениями глубокой культурно-коммуникативной традиции, без анализа и преодоления которой не стоит и помышлять о формировании в России основ демократического, а значит, толерантного общества.

Как пишет научный руководитель Института национального проекта Денис Драгунский, «в нынешней России отсутствует даже попытка серьезного диалога между различными группами общества. А именно: между богатыми и бедными, между хозяевами и работниками, между либералами и социалистами, радикалами и умеренными, между традицией и модернизацией, городом и деревней, центром и провинцией, интеллектуа-

лами и малообразованными, между верующими и атеистами, православными и протестантами, христианами и мусульманами, – наконец, между этносами, населяющими нашу страну.

В стране царит молчание по поводу самых серьезных, самых насущных вопросов бытия. Молчание на фоне бессмысленного развлекательного чириканья телеэкранов.

Но говорить надо не просто для того, чтобы выговориться. А слушать – не просто для того, чтобы получить дополнительную информацию.

Разговор нужен для договора. Недаром эти слова одного корня».<sup>63</sup>

Что касается возможности использования ненасильственных, диалоговых технологий информационного взаимодействия, то обычно об этом говорят как об утопии или деле далекого будущего. Между тем уже существуют весьма эффективные методики и наработан достаточно представительный практический опыт реализации диалогической коммуникации в разных сферах информационного взаимодействия: в устном общении, организации и проведении политических и деловых переговоров, деятельности СМИ, рекламе, организации связей с общественностью. Обобщение и распространение такого опыта позволит заложить фундамент под гигантский по своей значимости процесс преобразования культурно-коммуникационных основ общения и взаимодействия людей, социальных общностей, политических и экономических систем.

В наше время крайне необходимо овладеть искусством диалога во всех сферах отношений, но прежде всего – в общественно-политической жизни. И очевидно, что в силу своих особенностей как всепроникающего, регулярного, доступного средства массового общения СМИ оказываются главным средством социального диалога, «полем», где сходятся все его участники на глазах миллионов.

Но работ о диалоге, прямо обращенных к журналистам, очень мало.<sup>64</sup>

Размышляя о диалоге в журналистике, следует иметь в виду, что человеческая история выработала три вида коммуникации, критерием их различия выступает цель, к достижению которой стремится отправитель сообщения.

Целью коммуникации может быть передача адресату некоторого необходимого ему сообщения – другими словами, обогащение адресата. Заинтересованность отправителя в осуществлении такого коммуникатив-

---

<sup>63</sup> Драгунский Д. Говорить. Слушать. Понимать. Договариваться [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.msps.ru/printer.html?module=2&id=65>.

<sup>64</sup> Можно вспомнить не потерявшую актуальности работу С. Муратова «Диалог: Телевизионное общение в кадре и за кадром». – М.: Искусство, 1983. Есть интересная книга Т.З. Адамьянц «К диалогической телекоммуникации: От воздействия к взаимодействию» (М., 1999) и др. Из общетеоретических работ можно назвать такие: Прохоров Е.П. Режим диалога для демократической журналистики открытого общества. – М., 2002; Груша А.В. Формы и методы организации взаимодействия субъектов политики. Пресса и политический диалог. – М., 2001; Реснянская Л.Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. – М., 2001. Реснянская Л.Л. Общественный диалог и политическая культура общества. – М., 2003.

ногого акта определяется пониманием того, что они оба – и отправитель сообщения, и его получатель – звенья одной цепи (в которую включены все члены данного сообщества) и урон, нанесенный любому из них, есть урон, нанесенный всем, а обогащение одного из них есть обогащение всех.

Такое понимание взаимозависимости возможно только в предельно бедных сообществах (или в предельно богатых).

Как только совокупное богатство социальной общности достигает уровня, достаточного для обеспечения некоторой независимости каждого члена этой общности от других, возникает стремление еще больше увеличить, укрепить эту независимость. Естественно, за счет отнятия этой независимости (точнее, обеспечивающих ее ресурсов) у других. Подчинение других себе становится главной задачей индивидов, и социальных общностей.

В этих условиях цель общения, цель коммуникации становится принципиально иной – не обогатить другого, а подчинить другого себе. Возникает необходимость убеждающей коммуникации. Появляется риторика. Высшим выражением убеждающей, подчиняющей коммуникации является риторика Цицерона. В цицероновской модели общения коммуникация рассматривается как поединок, а отправитель и получатель сообщения выступают если не врагами, то бойцами, находящимися по разные стороны барьера.

Третья цель, которую может ставить перед собой отправитель сообщения, – объединить себя и адресата в союз равных, ищущих ответ на равно интересующий их вопрос. Это установка на диалог, диалогическая модель коммуникации, в наиболее яркой форме осуществлявшаяся Сократом. Цель такой коммуникации – сотрудничество.

Понятно, что цель коммуникации определяет систему используемых средств. В условиях коммуникации, направленной на обогащение адресата, главные требования к сообщению – своевременность передаваемой информации, ее достоверность и полнота сообщаемых сведений.

Точная, полная и своевременно переданная информация позволяет адресату предпринять определенные действия, спасающие его жизнь, обогащающие его лично и ту общность, членом которой он является.

Коммуникация, рассчитанная на подчинение адресата получателю, обращается к разнообразным средствам воздействия на сознание и эмоции получателя сообщения. Причем чем больше расходятся цели отправителя сообщения с потребностями и интересами его получателя, тем более изощренной будет аргументация и тем чаще отправитель сообщения будет прибегать к эмоциональным аргументам и разнообразным способам воздействия на подсознание получателя сообщения.

Забивая фильтры сознания сильнодействующими знаками и знаковыми комплексами наркотического типа, отправитель сообщения обессиливает разум своего противника и побеждает его в коммуникативном поединке.

Ни одна из созданных человечеством форм общения уже не исчезала.<sup>65</sup> В разные эпохи приобретала доминирующее влияние то одна, то другая форма. Например, диалогическая концепция общения, возникшая в своей первоначальной, целостной форме в Древней Греции, никогда не прекращала своего существования. Второй всплеск развития она получила в эпоху Возрождения.

Яркое теоретическое обоснование она получила в работах М.М. Бахтина и его последователей.

Но и убеждающая коммуникация, рассматривающая получателя сообщения как объект воздействия, постоянно развивалась.

В настоящее время мы имеем уникальную ситуацию неустойчивого равновесия всех трех подходов к коммуникации. Безраздельное господство цицероновской модели убеждающей коммуникации довольно сильно потеснено в результате невиданного развития технических систем и обслуживающих эти системы людей, которые «привыкают» к машинному типу коммуникации, воспроизведяющему в современных условиях «первобытные» требования к любому сообщению: точность, полнота, достоверность.

Обострение проблемности современного бытия, постановка вопросов, на которые нет однозначных ответов (хотя, не имея этих ответов, ни один нормальный человек просто не может жить), привели к широкому развитию диалогических форм коммуникации, что вызвало большой интерес к этим формам и возникновение концепций, ставящих принцип диалогичности в основу человеческого мышления.

Но и цицероновская модель коммуникации не собирается сдавать свои позиции. В обществе, где свобода и благополучие одного есть несвобода и неблагополучие другого, всегда будет потребность в теории и практике подобного рода коммуникации.

### Принципы диалога

Одно лишь перечисление публикаций психологов, посвященных диалогу и диалогической коммуникации, заняло бы несколько десятков страниц. Поэтому, не берясь даже рефериовать самые известные труды, обозначим лишь некоторые тезисы, по поводу которых в среде психологов достигнуто согласие.

1. Содержание диалога включает в себя проблемы и нерешенные вопросы, ради поиска решения которых и организуется диалог. Диалог может приобретать самые разные формы («общение», «взаимодействие», «обсуждение», «разговор», «обмен посланиями», «переговоры», «консультации», «спор», «дискуссия», «полемика»,), но это всегда содержательное общение, общение по существу. Результатом диалога является

---

<sup>65</sup> Любопытный пример столкновения различных подходов к коммуникации представлен в трагедии Шекспира «Гамлет», где Полоний, Розенкрэнц, Гильденстern исповедуют концепцию, согласно которой коммуникация есть средство управления другим человеком, а Гамлет произносит знаменитую фразу: «Меня можно сломать, но играть на мне нельзя...».

достижение некоторой договоренности, а не просто обмен идеями, репликами, высказываниями, колкостями.

Решение, возникающее в ходе диалога, в котором участвуют носители различных, порой разнонаправленных интересов, всегда внутренне структурно сложно (и может порой представлять своего рода амальгаму, коллаж), ибо построено на балансе интересов и достигнуто обычно с помощью компромисса – соглашения на базе обоюдного согласия равноправных сторон при возможных взаимных уступках сторон ради удовлетворяющего все стороны выхода из конфликтной ситуации. Компромисс предполагает достижение согласия между партнерами, находящимися внутри системы отношений, притом автономными и равноправными. Отсюда преодоление конфликта связано с отказом участников от одних требований, при трансформации других в целях ликвидации конфликта, установления динамического равновесия как условия оптимального функционирования и развития системы.

Вариантов компромиссного завершения диалога (в том числе «плохих», «слабых», что может привести к возобновлению или даже обострению конфликта и потребует возврата к диалогу, но уже в более сложных условиях) несколько.

Лучший из них – оптимальное решение типа консенсуса (понятие ввел О. Конт) с устойчивой перспективой развития системы (например, такое решение проблем форм собственности, которое создало бы благоприятные условия деятельности всех и придало бы ускорение развитию экономики страны).

Другой – паллиатив, временное согласие с переносом глубоких решений на будущее (скажем, отказ и от досрочных выборов, и от переноса выборов, чтобы проблему власти решить на очередных, определенных конституцией).

Третий – частичное решение по одним вопросам с согласием всех сторон отложить решение других.

Четвертый – единственный выход, плохой, но неизбежный, чтобы не было хуже (закрытие предприятий, что бьет и по собственнику, и по рабочим, и по части потребителей, но необходимое для последующей санации).

Пятый – консервация конфликта, откладывание решения до полного прояснения его существа и путей решения (сохранение практикуемой всеми экспортно-импортной политики до проявления ясных последствий).

Шестой – ложный компромисс, такая уступка одной стороны, которая приводит к негативным для нее последствиям (разрешение бесконтрольной торговли, приведшее к спекуляции и уменьшению поступления налогов).

Седьмой – неудовлетворительный – отказ от продолжения диалога, когда не найдено общеприемлемых решений и даже не обнаружены точки соприкосновения или сферы сближения позиций. Бывает, что уход «из-за стола переговоров» имеет своим результатом сохранение *status quo* или даже латентное накопление потенциала для будущих решений проблем. Но часто прекращение диалога приводит к обострению отношений, уже сточению позиций, нарастанию накала борьбы. Однако после обострения конфликта диалог вести труднее, хотя все равно будет необходимо. Еще

хуже седьмой – навязанное решение, принятное одной стороной под давлением, в том числе силовым, другой. Но это тоже ведь консервация конфликта при видимом решении.

Отсюда единственно верное поведение – настроенность даже в самых трудных условиях ведения диалога на достижение консенсуса, т.е. желаемого, не вынужденного согласия, основанного на обнаруженнем в ходе диалога общем интересе, за которым просматриваются общенациональные идеи, общечеловеческие ценности. Достигаемый по результатам диалога консенсус – не соглашательство (если это не ложный компромисс), а поиск и достижение такого решения, которое идет на пользу всем, способствует развитию системы, хотя чем-то приходится и поступаться, но не тем, что связано с существенными особенностями и интересами группы. Никто из партнеров при нормальном понимании диалога и не может покуситься на них: тогда разрушается целостность системы, а это вредит всем. Отсекаются в движении к консенсусу экстремистские поползновения, реализация которых также ведет к нарушению целостности системы.

2. Диалогическое общение осуществляется тогда, когда собеседники позитивно настроены по отношению друг к другу и воспринимают себя в качестве равноправных партнеров. При диалогическом общении каждый собеседник воспринимает другого как человека, имеющего право на собственное мнение, хотя это и не означает полного согласия общающихся.

Диалог требует признания равенства всех партнеров по диалогу и равного права всех на то, чтобы их интересы были учтены, позиции приняты в расчет, предложения рассмотрены. Ход и исход «переговорного процесса» в разных его сторонах и формах (для журналистики это высказывание своей позиции и изложение других, сопоставление взглядов и анализ аргументов, оценка и взвешивание подходов и предложений, ведение критики, полемики, участие в дискуссиях и диспутах, предложение итоговых решений, обсуждение возражений и контрпредложений, поиск обще приемлемых решений и их обоснование) своим успехом наполовину, условно говоря, обязаны всеобщей и всесторонней настроенности на позитивный результат. А такая настроенность прочна, если в основе ее ясное осознание тех особенностей современной общественной жизни (сложность социальной структуры; необходимость ненасильственных форм решения проблем; обязательность совместных решений и действий всех участников социального процесса).

3. Диалог предполагает разрешать конфликты не средствами силового нажима, не путем психологического давления, не через введение в заблуждение и другими средствами «борьбы без правил», а в ходе всестороннего анализа спорных вопросов, причин и сути конфликта, поиска возможностей и путей выхода из него при сохранении «лица» каждого из партнеров и с «выгодой» для всех, даже если и приходится чем-то поступиться, признавать в чем-то свою неправоту, идти на компромиссные решения и т.д.

Тут важны толерантность: терпимость и терпеливость, уважение к партнерам и признание их права на отстаивание своей линии, готовность взглянуть на проблему с точки зрения оппонентов, а потому и готовность

к уступкам при твердой защите принципиальных основ позиции, психологическая устойчивость, способность противостоять софистике и демагогии, желание терпеливо добиваться от партнеров соблюдения норм честного диалога при распутывании самых трудных узлов.

В настоящем диалоге «победителями» могут быть все, «побежденных» же не должно быть несмотря на то, что в ходе и исходе диалога одни подходы, идеи, предложения принимаются, другие отвергаются, третьи трансформируются и т.д. То есть идет «борьба». Но это борьба особая, где, выясняясь в ее ходе, побеждают общие подходы и решения, выявляются результаты, устраивающие всех, достигаются единые решения. Если прибегнуть к терминологии теории игр, здесь исключены антагонистические стратегии, когда один выигрывает столько, сколько проигрывает другой. В выигрыше оказываются все, если смотреть на выигрыш как приемлемое всеми решение волнующей всех, участников проблемы общественной жизни. Это не только возможность, но в нашу эпоху и необходимость, что требует разъяснения.

4. Диалогическое общение всегда личностно ориентировано на собеседника и ведется индивидами от своего собственного имени. При этом истинные чувства и желания субъектов являются открытыми. Диалогическое общение исключает игры, позы, неестественное поведение и способствует развитию доверия людей друг к другу и к самим себе.<sup>66</sup>

5. Диалог – это всегда творчество. «Диалог – это естественное бытие человека как индивидуальности, творца своей жизни и отношений. Это также состояние контакта «Я» с конкретным другим. И это другое, чужое «Я» непредсказуемо и непознаваемо до конца. Благодаря такой непредсказуемости общение с другим человеком превращается в непрерывный творческий процесс».<sup>67</sup>

Если всего этого нет, возникает ситуация, которую называют **антидиалогические отношения**, суть которых в том, что «это такие отношения, когда один или оба партнера взаимодействия рассматривают друг друга лишь в качестве объекта, вещи и принципиально отрицают наличие всякой общности между партнерами взаимодействия и тем самым возможность возникновения диалога». Внешне такие позиции одной из сторон могут выглядеть и в смягченной форме как нежелание вести диалог с «таким» партнером, но за этим обычно скрывается представление, что противоречия, породившие конфликт, носят антагонистический характер, а разрешение их видится только на путях «победы» своей точки зрения, что ведет к позиции диктата, навязывания определенного выхода из конфликта, решения проблемы на своих условиях. Чтобы оправдать такую линию поведения, поддерживающие СМИ стремятся создать «образ врага», внедрить в обще-

---

<sup>66</sup> Андриенко Е.В. Социальная психология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.altai.fio.ru/projects/group4/potok20/site/page04\\_1.html](http://www.altai.fio.ru/projects/group4/potok20/site/page04_1.html)

<sup>67</sup> Битянова М. Ситуации общения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.altai.fio.ru/projects/group4/potok20/site/page04-2.html>

ственное сознание представление об оппонентах как «непримиримой оппозиции», «вечно вчерашних», «отставших навсегда», интересы, позиции и стремления которых не достойны рассмотрения.<sup>68</sup>

Антидилогизм проявляется прежде всего тогда, когда СМИ в целом или конкретный автор искренне считает свою позицию единственно верной и достойной распространения. Если же такое СМИ откликается на чью-то другую позицию, то развенчивая ее и представляя исключительно в негативном плане.

Иногда СМИ имитируют диалог. В таких ситуациях не обходится без умолчаний, передержек при изложении оспариваемых позиций.

### Организация медиадиалога

Для организации эффективного медиадиалога необходимо решить несколько проблем.

Требуется обеспечить участие в диалоге представителей всех сторон, волей обстоятельств вовлеченных в «конфликт интересов». Ведь если какая-то из сил оказывается вне переговорного процесса, то продуктивность диалога уменьшается пропорционально «весу» роли неучастника, причем в некоторых случаях может оказаться вообще бессмысленной. Значит, кто-то должен обеспечить участие тех, кто по каким-то причинам (отсутствие собственных СМИ, возможности участвовать в диалоге в «чужих» СМИ и т.п.) не может сделать этого сам.

Важно обеспечить участие всех оттенков позиции каждой силы, вовлеченной в конфликт, чего нередко не могут и не хотят делать «органы», представляющие точку зрения лидеров, руководящего звена, тогда как внутренняя оппозиция, не представленная в руководстве фракция, может внести важные нюансы в ход и исход диалога.

Кто-то должен предоставить возможность высказаться «выламывающимся» из представляемых разными СМИ позиций и потому неудобным экспертам, социологам, специалистам, простым гражданам.

Важнейшим фактором эффективного медиадиалога является умение всех участников диалога отказаться от глубоко укоренившегося противопоставления «мы» – «они» и готовности «сражаться с ними до победы». Особенно важно отказаться от различного рода предрассудков и

---

<sup>68</sup> Разумеется, есть силы, с которыми диалогические отношения действительно невозможны. Таковы экстремисты всякого рода: ведь экстремизм изначально не признает партнерства и крайними мерами стремится утвердить и провести в жизнь свои гегемонистические представления о должном в жизни. Строго говоря, экстремизм преступен (часто перед законом, всегда перед человечеством), и не случайно экстремисты в своих действиях сознательно выходят за рамки правовых норм. Однако прежде чем назвать какую-то силу или организацию «экстремистской» (и на этом основании отказаться от диалога с ней, перейти к методам идейной борьбы и призвать к законному устраниению с политической арены), политикам и журналистам надобно предпринять не одну попытку (и возобновлять их вновь после каждого изменения ситуации) с целью убедиться, что перед ними закоренелый экстремизм.

предубеждений, которые в сфере отношений партнеров по диалогу проявляются как межгрупповая дискриминация («чужое» – неверно и плохо) и внутригрупповой фаворитизм («свой» – значит приемлемо). А для этого требуется развитие у всех партнеров свойства рефлексии – способности к самоанализу и самокритике, пониманию мыслей другого и постоянному внутреннему сопоставлению «своего» и «чужого» для нахождения «нашего». Это предполагает способность к эмпатии – такому вхождению в мир состояний и переживаний «другого», которое пробуждает сопререживание и сочувствие в отношении к партнеру.

Л.Л. Реснянская, много и плодотворно занимавшаяся проблемами организации общественного диалога с помощью СМИ, считает, что на протяжении всего периода посткоммунистической трансформации проблема социального согласия, следовательно, и необходимости создания гражданской коммуникации, обеспечивающей взаимопонимание и взаимодействие власти и общества, различных по своим интересам социальных групп, оказалась нерешенной. Объективная сложность проблемы связана с так и не преодоленным расколом общества. Общественный разлом затронул смысловое существование нации – цель развития страны и понимание своего будущего.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Социологическая статистика беспристрастно выявляет чрезвычайно слабую ориентированность граждан как в экономической, так и политической ситуациях. Отношения же общества с властью время от времени носят фрустрирующий характер: от романтического порыва к демократическому будущему и случающихся приступов всенародного обожания новых лидеров до глубокого разочарования, от ностальгии по советскому прошлому до веры в способность очередного национального лидера обеспечить стабильность и процветание страны. А рационального осмыслиения происходящего, что позволило бы на основе общепризнанных ценностей выстраивать социальное согласие, не произошло. Самой точной формулой, описывающей широко бытующие взгляды на историю общественных перемен, можно признать ставшие почти афоризмом слова премьер-министра В. Черномырдина: «Хотели как лучше, а получилось как всегда», фиксирующие разрыв целей и результатов и явную иррациональность самой власти, никогда не пытавшейся объяснить свою деятельность.

Имитация демократических преобразований извратила содержание и одной из основных функций СМИ, реализация которой обеспечивает искомое согласие в плюралистическом обществе, где конфликты признаются и регулируются публично, – функцию «посредника». Выступая «посредником», средства массовой информации осуществляют диалогическую коммуникацию, содействуя соглашению между сторонами, придерживающимися разных и часто полярных взглядов. Придавая гласности позиции сторон, привлекая экспертов, независимых арбитров, предоставляя слово всем заинтересованным сторонам, СМИ становятся площадкой, форумом, сталкиваются, позиции аргументируются и вырабатываются новое знание о целях и способах дальнейшего взаимодействия. «Посредничество» российской прессы больше похоже на деятельность торгового агента, заинтересованного в выгодной сделке и получении соответствующего денежного вознаграждения. Это особенно наглядно подтверждает участие СМИ в выборных кампаниях, когда для многих средств массовой информации наступает время настоящей жатвы. Агитационно-пропагандистские услуги позволяют объективно улучшить финансовое состояние как отдельных редакций, так и отдельных журналистов.

По ее мнению, техника ведения диалога включает разнообразные формы и методы. Можно выделить методы, имеющие отношение к формированию содержания, подаче информации, организационные и исследовательские методы.

Партнерство с аудиторией в экстраполяции на содержание издания, теле- и радиопрограмм должно опираться на включение в «повестку дня» тем, проблем повышенного для аудитории интереса.

Разворнутый в информационном пространстве диалог нуждается в акцентировании – через специальные рубрики, полосы, интерактивные теле- и радиопрограммы. Наиболее привлекательными являются формы одновременной публикации разных, даже полярных взглядов по определенной проблеме. Здесь можно использовать и некомментированное представление позиций, и открытую дискуссию. Все более привлекательными из-за персонифицированного участия в обсуждении становятся интерактивные формы. Приобретает популярность экспертное обсуждение. Но дискуссии с привлечением экспертов должны учитывать два обстоятельства: не следует часто приглашать одних и тех же экспертов и следует понимать, что для широкой аудитории суждения экспертов могут оказаться сложными.

Организационные методы, направленные на развитие диалога, предполагают создание специальных временных (под определенную проблему или актуальную проблемную ситуацию) групп или отдела спецпрограмм. Для таких подразделений, чья деятельность направлена на решение задачи развертывания общественной экспертизы, определяющее значение имеет профессионализм журналистов и компетентность экспертов, которые должны быть введены в состав группы. Первые отвечают за общую концепцию дискуссии; вторые – за глубину освещения и экспертизы программ.<sup>70</sup>

Обобщая высказанные суждения, можно сформулировать следующие условия, соблюдение которых обеспечивает успешность медиадиалога.

### **Социальные условия успешного диалога:**

- наличие серьезной социальной проблемы, реально интересующей потенциальных участников диалога;
- отсутствие однозначного решения этой проблемы;
- признание невозможным применение силовых методов решения поставленной проблемы;
- признание за каждым из участников диалога права на собственное мнение (плюрализм).

Признание равенства всех участников диалога и всех точек зрения.

### **Психологические условия успешного диалога:**

- естественность, открытость общения;
- безоценочное восприятие личности партнера;
- восприятие партнера как равного;
- соблюдение принципа равной психологической безопасности;
- ориентация на проблемный, дискуссионный характер общения;
- подготовленность к диалогу (информационная и психологическая);

---

<sup>70</sup> Подробнее см.: Реснянская Л.Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. – М., 2001. Реснянская Л.Л. Общественный диалог и политическая культура общества. – М., 2003.

- персонифицированный характер общения;
- понимание и готовность помочь;
- сходство в интерпретации действительности.

**Организационные условия медиадиалога:**

- точное определение характера проблемной ситуации, сущности и участников конфликта;
- точное, ясное формулирование вопросов, требующих ответа;
- обеспечение участия в диалоге представителей всех сторон, волей обстоятельств вовлеченных в «конфликт интересов»;
- обеспечение участия всех оттенков позиции каждой силы, вовлеченной в конфликт;
- предоставление возможности высказаться «выламывающимся» из представляемых разными СМИ позиций и потому неудобным экспертам, социологам, специалистам, простым гражданам.
- строгое соблюдение регламента диалога.

**Лингвистические условия успешного диалога:**

- совпадающий предмет разговора. (Слишком часто экранное общение идет по принципу: один про бузину в огороде, другой про дядьку в Киеве.);
- совпадающие понятийные системы и речевой опыт взаимодействующих субъектов;
- по возможности, более или совпадающая интерпретация обсуждаемых ситуаций и действий.

Открытый и результативный диалог – ясный признак осознанного и активно реализуемого социального партнерства в системе СМИ, притом необходимого в самых разных масштабах (от федеральных, региональных и локальных СМИ, а в идеале до СМИ стран всего мира). Детальная проработка норм основанного на открытом диалоге информационного порядка «открытого общества», демократически и гуманистически ориентированного, способна привести к серьезным изменениям в информационной политике различных СМИ.

*Опубликовано в книге «Роль СМИ в формировании гражданского общества». – М.: Издательский дом «Хроникер», 2006.*

## ОБРАЗЫ ВРАЖДЫ В РОССИЙСКИХ СМИ: СОЦИАЛЬНЫЕ, КУЛЬТУРНЫЕ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ

*(И.М. Дзялошинский)*

Российские публицисты, ученые приложили немало сил, чтобы описать и по возможности объяснить роль СМИ в формировании установок насилия в обществе.<sup>71</sup> В своих исследованиях они чаще всего опираются на концептуальную схему, в основе которой лежит вошедшее в последние годы в правозащитный и научный оборот англоязычных стран понятие *hate speech*. Российские правозащитники перевели его как «язык вражды», под которым стали понимать всю совокупность текстов (а также заголовков, фотографий и иных элементов) СМИ, прямо или косвенно способствующих возбуждению национальной или религиозной вражды или хотя бы неприязни.

Я думаю, что более или менее точным эквивалентом этого чересчур метафорического понятия является термин «речевая агрессия». Речевая агрессия – это специфическая форма речевого поведения, которая мотивирована агрессивным состоянием говорящего. Обычно выделяют два варианта речевой агрессии в текстах. Во-первых, прямой призыв адресата к агрессивным действиям. («Время беспечности и празднословия прошло. Настало время действия».) Во-вторых, это формирование или поддержание у адресата агрессивного состояния. («Кубанцам не привыкать к высказываниям центральных средств массовой информации, в которых происходящие у нас события преподносятся в искаженном, извращенном виде».)

Четыре партнерские неправительственные организации – Информационно-исследовательский Центр «Панорама», Московская Хельсинкская группа, Центр развития демократии и прав человека, Фонд защиты гласности разработали и реализовали проект «Язык Вражды в российских СМИ: мониторинг и общественные действия». Проведено несколько исследований «языка вражды», вышли книги и статьи на эту тему, в которых

---

<sup>71</sup> Вот лишь некоторые из работ, вышедших в последние годы: Гельман М. Русский способ. Терроризм и масс-медиа в третьем тысячелетии. – М., 2003; Диагностика толерантности в средствах массовой информации. – М., 2002; Кожевникова Г. Язык вражды в предвыборной агитации и вне ее. – М., 2004; Малькова В., Тишков В. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. – М., 2002; Мы – сограждане. (СМИ и общество). – М., 2002; Предотвращение разжигания национальной и религиозной нетерпимости в средствах массовой информации Центрально-Черноземного региона. – Воронеж, 200; Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. – Екатеринбург, 2002; Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. – М., 2002; Социальное насилие и толерантность: реальность и медиаобразы. – М., 2004; Толерантность. Журналистика, политика, культура. – СПб, 2003; Язык мой... Проблемы этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М., 2002; «Язык вражды» и свобода слова. Часть 1 и часть 2. – М., 2003.

показано, что в нашем обществе отсутствуют традиции морального осуждения «языка вражды». Он воспринимается как норма политической и социальной жизни, хотя и не совсем приятная норма. Доказано, что, поскольку этические нормы саморегулирования средств массовой информации в этой области не разработаны, разного рода ксенофобия находит широкое распространение даже в уважаемых общественно-политических периодических изданиях и в особенности в телевизионных и радиопередачах. Журналисты и редакторы часто не понимают (или не желают задуматься), какие именно высказывания политических и общественных деятелей, официальных лиц, государственных служащих и т.д. имеют расистский и дискриминационный характер, и не считают, что такие заявления должны быть соответствующим образом прокомментированы.<sup>72</sup>

Положительно оценивая и сам факт обращения к этой проблематике, и полученные в ходе исследований результаты, хотел бы подчеркнуть некоторую уязвимость избранного авторами подхода.

Дело в том, что как бы мы ни трактовали понятие «язык вражды», речь всегда будет идти о некой системе выражений. Другими словами, проблема языка вражды есть по большому счету проблема свободы **выражения** мнений. Поэтому дискуссии чаще всего сводятся к толкованию границ между правом на свободу выражения мнения<sup>73</sup> и нормами, допускающими возможность сужения этого права<sup>74</sup>. В соответствии с международным правом, свобода выражения мнения в ряде случаев может быть законодательно ограничена национальными правительствами. В законодательстве различных стран присутствуют акты, направленные на ограничение распространения «языка вражды». В частности, в Уголовный Кодекс Франции в начале 90-х годов XX века было внесено дополнение о том, что «отрицание или даже постановка под сомнение факта геноцида

---

<sup>72</sup> Язык мой... Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М.: РОО «Центр «Панорама», 2002.

<sup>73</sup> Например, ст. 10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, пункт 1 которой, в частности, гласит: «Каждый имеет право свободно выражать свое мнение. Это право включает свободу придерживаться своего мнения и свободу получать и распространять информацию и идеи без какого-либо вмешательства со стороны публичных властей и независимо от государственных граней...» // <http://www.echr.ru/documents/doc/2440800/2440800-001.htm#9999>

<sup>74</sup> В частности, пункт 2 ст.10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод предусматривает такие основания для ограничения свободы слова как сопряжение: «с определенными формальностями, условиями, ограничениями или санкциями, которые предусмотрены законом и необходимы в демократическом обществе в интересах национальной безопасности, территориальной целостности или общественного порядка, в целях предотвращения беспорядков и преступлений, для охраны здоровья и нравственности, защиты репутации или прав других лиц, предотвращения разглашения информации, полученной конфиденциально, или обеспечения авторитета и беспристрастности правосудия» // <http://www.echr.ru/documents/doc/2440800/2440800-001.htm#9999>

евреев нацистами является преступлением независимо от умысла виновного».<sup>75</sup> Одно из дел, возбужденных по этой статье, получило международный резонанс.<sup>76</sup> Комитет ООН по правам человека оставил в силе решение французских судов, отметив, что г-н Форрисон был осужден «не за приверженность и выражение мнения, а за нарушение прав и нанесение ущерба репутации других лиц».<sup>77</sup> Международные эксперты отметили, что такое законодательство способно стать серьезным препятствием на пути не только журналистского творчества, но и научных исследований.

Российское законодательство содержит обе нормы: и право на свободу выражения мнения, и запрет на разжигание национальной нетерпимости. Однако в свете принятия летом 2002 года Закона «О противодействии экстремистской деятельности» и попыток принятия нового Закона «О СМИ» можно говорить о том, что наметилась тенденция к ужесточению ответственности за разжигание национальной нетерпимости и розни.<sup>78</sup>

Как отмечают эксперты, особенность законодательных актов, ограничивающих «язык вражды», во всем мире состоит в том, что их применение очень избирательно.<sup>79</sup> Для России эта черта еще более характерна. Такая избирательность губительна как для социальной стабильности, так и для самого журналистского сообщества. Более того, принятие решений в каждом случае настолько индивидуально, что журналистам не всегда ясен баланс между двумя нормами права.<sup>80</sup>

Аналитики «Article XIX» отмечают так же тенденцию к «облагораживанию языка вражды» политиков и журналистов радикального толка, что

---

<sup>75</sup> См.: Коливер С. Законы о Языке Вражды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.memo.ru/hr/referats/hatespch/>

<sup>76</sup> Г-н Форрисон, профессор литературы, в ходе интервью одному из французских журналов заявил, что газовые камеры нацистских лагерей – миф, придуманный державами-победительницами. И он, и редактор журнала, разместившего это интервью, были обвинены в правонарушении и оштрафованы на сумму порядка 400.000 франков.

<sup>77</sup> Дело Форрисон против Франции // Российское издание бюллетеня ИНТЕРАЙТС – 2000. – №4. – С. 45.

<sup>78</sup> См. также: Методические рекомендации «Об использовании специальных знаний по делам и материалам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды» Отдела юридической психологии научно-исследовательского института проблем укрепления законности и правопорядка и Отдела по надзору за исполнением законов о межнациональных отношениях Генеральной прокуратуры Российской Федерации // [www.panorama.ru/works/patr/govpol/genproc\\_instr.html](http://www.panorama.ru/works/patr/govpol/genproc_instr.html)

<sup>79</sup> Коливер С. Законы о Языке Вражды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.memo.ru/hr/referats/hatespch/>

<sup>80</sup> В деле Форрисона против Франции (рассмотренном Комитетом ООН по правам человека) заявитель был признан виновным в нарушении прав и нанесении ущерба репутации других лиц только за высказывание мнения о том, что газовые камеры в концентрационных лагерях Германии времен Второй мировой войны – это миф, однако в другом деле Йерсилд против Дании (рассмотренном Европейским Судом по Правам Человека) журналист, передавший в эфир интервью с представителями экстремистски настроенной молодежи, в котором «зеленые куртки» высказывали заявления типа «ниггер не человек, это животное», «у людей должно быть право держать рабов» и т.д., был оправдан. (См. Дело Йерсилд против Дании на сайте [www.medialaw.ru](http://www.medialaw.ru).)

создает опасность восприятия расистских идей более широкой аудиторией. То есть «язык вражды» смягчается до «языка противостояния». Желающий донести свое убеждение до окружающих трансформирует, воизбежании уголовного или иного правового преследования, лингвистическую форму высказывания, оставляя неизменным содержание. Таким образом, его идеи, выраженные более мягким языком, получают законное хождение и большее распространение.<sup>81</sup>

То есть, необходимо признать, что регулирование «языка вражды», с одной стороны, противоречиво, а с другой – не всегда результативно. Ограничение «языка вражды» зачастую выводит из употребления фразы типа «Бей жидов!» (но не касается их более мягких синонимов), а следовательно, не может реально противостоять дискриминационным практикам.<sup>82</sup>

Многие российские специалисты видят возможное решение этой проблемы в системе саморегулирования СМИ, базирующейся на идее социальной ответственности журналистов. Эта ответственность, по сути, тоже налагает два противоречивых обязательства: с одной стороны, добывать и распространять достоверную информацию, а с другой – не допускать распространения в обществе дискриминационных практик. Е. Трибунская выражает сомнение – как социальная ответственность сможет решить те проблемы, которые на данный момент не решает угроза ответственности уголовной и гражданской?<sup>83</sup>

По ее мнению, для активизации системы саморегулирования, необходимы следующие предпосылки:

- либо активизация законодательного регулирования – и тогда средства массовой информации первыми заговорят о возможности саморегулирования (как было осенью-зимой 2002 года, когда грозило принятие нового Закона «О СМИ»);

- либо рост общественного протеста против неэтичной деятельности журналистов как в виде массового отчуждения аудитории от СМИ, так и в виде роста количества исков к ним.<sup>84</sup>

Большинство российских Кодексов профессиональной этики содержат краткие указания типа – журналисту нельзя «связывать этническую

---

<sup>81</sup> То есть если законодательно запрещено распространение выражения «Иванов – козел», а кто-то ярый приверженец того, что этот самый Иванов – плохой человек, то ничто не помешает ему сообщить о том, что «Иванов – баран» и так до бесконечности менять словарную форму своего соображения относительно Иванова. Однако если с утверждением о том, что «Иванов – козел» могло согласиться, скажем, три человека из окружения оратора, то с выражением «Иванов – нехороший человек» – не три, а например, пятнадцать.

<sup>82</sup> Трибунская Е. Саморегулирование СМИ в области языка вражды. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm>

<sup>83</sup> Трибунская Е. Саморегулирование СМИ в области языка вражды. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm>

<sup>84</sup> Трибунская Е. Саморегулирование СМИ в области языка вражды. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm>

принадлежность кандидата с его политическими и моральными качествами»<sup>85</sup> или повторяют нормы Конституции или Закона «О СМИ».

Таким образом, институт саморегулирования способен содействовать достижению компромисса в общественных (между аудиторией и журналистами) и правовых (между нормами о свободе выражения мнения и запретом на разжигание национальной розни) противоречиях. Но даже создание института саморегулирования не панацея от распространения «языка вражды», преграду которому способен поставить только каждый человек сам для себя, избавившись не только от того, что принято называть расизмом, но и от того, что названо в новейших исследованиях социологов «нечаянным расизмом».

Для того чтобы выйти в исследованиях связки «СМИ – насилие» из заколдованного круга проблем выражения мнений, необходимо понять, что любой текст является структурой, развертывающейся, по крайней мере, в трех плоскостях: предметной (ответ на вопрос – о чем это?); смысловой (ответ на вопрос – что это значит?), выразительной (ответ на вопрос – как это сказано?).<sup>86</sup> «Язык вражды» не затрагивает ни предметной, ни смысловой сторон журналистского текста. Вернее, он их видит только через призму способов выражения. Но смысловая структура может быть закодирована огромным множеством способов. При этом способы кодирования могут выбираться на чисто интуитивном уровне, в соответствии с некоторыми профессиональными шаблонами, а могут выбираться осознанно, под пристальным контролем цензора: государственного, общественного, корпоративного или внутриличностного. Поэтому проблема «языка вражды» – это проблема кодирования, проблема политкорректности, проблема цензурирования способов выражения неких смыслов.

Между тем, проведенные Независимым институтом коммуникативистики (НИК) исследования показали, что агрессия в СМИ проявляется не только через употребление дискриминационной лексики, но и через подбор специфической тематики, провоцирующей интолерантные образы, а также через специфическое комментирование. Что касается тематики, то наибольшее количество текстов с интолерантной интенцией связано с политикой, экономикой, социальной проблематикой и спортом. Выбирая тему своего будущего выступления, журналист изначально стремится к такому событию, такому сюжету, который несет в себе мощный заряд конфликта, легко обеспечивающего разделение его участников на «хороших» и «плохих».

---

<sup>85</sup> Памятка журналиста телекомпании НТВ // Профессиональная этика журналиста: документы и справочные материалы. – М.: Галерия, 2002. С. 243.

<sup>86</sup> Особенностью России является то, что в российской культуре журналист выступает не транслятором сведений, не информатором, а ответчиком перед населением за все, что делается в мире. Западный читатель, получив информацию, сам принимает решение, что ему думать и что ему делать, потому что столетия самостоятельного принятия решений приучили его к тому, что никто за него на его вопросы не ответит. В России не так. У нас людей приучили к тому, что кто-то должен им сказать, в чем смысл описанных событий и фактов и что же они должны сделать, прочитав этот материал.

Однако при всей важности этой проблемы вопрос должен звучать по-иному: в чем причины появления интолерантных смыслов и что можно сделать для того, чтобы их количество уменьшилось, и, следовательно, уменьшилась потребность в цензорах, как бы они ни назывались. Это означает, что, изучая проблемы толерантности применительно к деятельности СМИ, необходимо осуществить переход от анализа «языка вражды» к анализу «образов вражды», коренящихся в сознании и подсознании журналистов и побуждающих их произвольно или непроизвольно выбирать из действительности в качестве предмета отображения вполне определенные факты и явления и выбирать для их описания именно язык вражды, а не какой-то иной язык.

Что же такое «образ вражды»? В данной статье категория «образ» используется для обозначения устойчивой совокупности представлений и когнитивных структур, координирующих и регулирующих взаимодействия индивида с явлениями внешнего мира. Образ включен в систему жизненных отношений между человеком и миром. Или по-другому, образ – это набор ожиданий, в соответствии с которым усматриваются, отбираются, группируются и комментируются факты. Рассматривая все происходящее в повседневности сквозь призму этих ожиданий, журналисты, тем самым, невольно задают общую установку повествования о фактах и явлениях. То есть образ – это та матрица, которая присутствует в сознании индивида и объединяет разрозненные впечатления в некую целостность. Образ играет роль структурного принципа, гарантирующего целостность всей системы восприятия.<sup>87</sup>

Так понимаемый образ размещается в тех глубинах индивидуального, группового и корпоративного сознания, которые обозначаются понятиями «менталитет», «архетипы», «метапрограммы» и т.п. Понятием «менталитет» обычно обозначается «мироощущение, мировосприятие, определяющееся народно-национальными обычаями, образом жизни, мышлением, нравственностью».<sup>88</sup> Вслед за многими исследователями я предпочитаю считать, что менталитет – это фундаментальный слой коллективного поведения, деятельности, эмоционального реагирования на различные ситуации, присущие данному этносу или устойчивой социальной группе.

---

<sup>87</sup> В маркетинге хорошо известно, что есть «товар», а есть «образ товара». Образ товара – это обобщенное представление, абстракция; в то время как товар – конкретная материальная сущность, вещность, материализованный продукт человеческой деятельности, произведенный для продаж. Образ, представление товара в сознании потребителя является бесконечным набором форм, отвечающим, в определенной степени, конкретному содержанию. Так, к примеру, потребность приобретения *стула* вначале порождает в сознании потенциального покупателя представление обобщенной формы данного предмета, впоследствии – обобщенный образ, приобретая те либо иные черты конкретной вещи, в своем представлении приближается к желаемому материальному предмету. Как бы детально ни был представлен в сознании потребителя желаемый товар, образ его и вещное воплощение в деталях всегда будут иметь определенные различия. Степень этих различий в некотором роде характеризует степень удовлетворения конкретной потребности.

<sup>88</sup> Большая Советская Энциклопедия / Третье издание. – М.: Советская энциклопедия, 1972.

Таким образом, можно констатировать, что менталитет представляет собой набор фундаментальных схем, моделей восприятия, оценки действительности и принятия решения.

В каком-то смысле менталитет можно отождествить с «коллективным бессознательным». Швейцарский психолог К.Г. Юнг с помощью этой категории обозначал что-то наподобие генетического кода человечества, некой врожденной психической константы его развития, источника психической энергии. С этой точки зрения, поверхностный слой бессознательного является **личностным бессознательным**. Этот слой покоится на другом, более глубоком, ведущем свое происхождение и приобретаемом уже не из личного опыта. Этот врожденный более глубокий слой – **коллективное бессознательное**, имеющее всеобщую, а не индивидуальную природу.

По мнению Юнга, «кирпичками» коллективного бессознательного являются архетипы, символические прообразы, формирующие активность воображения. Впоследствии некоторые авторы включили в «коллективное бессознательное» еще один класс «кирпичиков», назвав их метапрограммами. Если архетипы отвечают за модели отношения к действительности, то метапрограммы – за модели восприятия.

Архетип обязательно соединяет образ и эмоцию. Поэтому практически у всех людей они вызывают достаточно запрограммированные стереотипные реакции и эмоции. Недаром, так много реклам позиционируют товар с водой – одним из сильнейших и древнейших архетипов, символом силы, чистоты, девственности, спокойствия. Не меньше рекламных роликов эксплуатируют архетип «отца» или «матери» – все эти ролики, в которых седовласый стоматолог или «стоматология» настойчиво рекомендуют нам «жевать» и «чистить».

Несколько по-другому описывает эти потаенные структуры нашей личности американский психолог Дж. Келли. Согласно Келли, «человек судит о своем мире с помощью понятийных систем, или моделей, которые он создает, затем пытается приспособить к объективной действительности. Это приспособление не всегда является удачным. Все же без таких систем мир будет представлять собой нечто настолько недифференцированное и гомогенное, что человек не сможет осмыслить его».<sup>89</sup> Именно эти «понятийные системы, или модели» Келли определил как личностные конструкты. Итак, личностный конструкт – это идея или мысль, которую человек использует, чтобы осознать или интерпретировать, объяснить или предсказать свой опыт. Он представляет собой устойчивый способ, которым человек осмысляет какие-то аспекты действительности в терминах схожести и контраста, при помощи конструктов человек выстраивает для себя картину мира. По мнению Келли, система конструктов необходима человеку для создания непротиворечивой картины мира. Возможность применения теории личностных конструктов для описания моделей массового сознания определена самим Келли, который отмечал, что люди

---

<sup>89</sup> Хъелл Л., Зиглер Д. Теории личности (Основные положения, исследования и применение). – СПб.: Питер Пресс, 1997. – С. 438.

одной культуры интерпретируют свой опыт почти одинаково, ибо «если человек интерпретирует опыт в какой-то мере подобно тому, как это делает другой человек, то его психические процессы подобны психическим процессам другого человека».<sup>90</sup> Как видим, личностные конструкты Келли очень близки архетипам и метапрограммам.

Таким образом, мы можем констатировать, что выбор и предметов, и смыслов, и языковых средств описания тех или иных фактов и явлений действительности предопределен некими константными образами этих фактов и явлений, которые погружены в глубины корпоративного журналистского профессионального сознания и практически не осознаются конкретными индивидами, включенными в процесс профессиональной деятельности.

В свою очередь, корпоративное журналистское профессиональное сознание является фрагментом, частью, голограммической матрицей той культуры, в рамках которой оно возникало и оформлялось.<sup>91</sup> Эта культура подвергается в настоящее время сильнейшим деформациям, что вызывает защитные рефлексы, а следовательно, особый интерес к насилию.

Главной особенностью переживаемой нами эпохи является радикальное обновление культурных стандартов жизнедеятельности людей. По мере изменения внешней среды внутри культуры появляются новые знания, ценности, и нормы, более эффективные в новых условиях, нежели те, на которые субъект опирался раньше. Если внешняя среда меняется медленно, то и изменения в культуре происходят почти безболезненно, хотя культурные конфликты существуют столько же, сколько и культура. Однако в условиях, когда внешняя среда меняется стремительно и вчерашняя культура, понимаемая как внутренняя основа технологии, становится неэффективной, возникает то, что специалисты называют «культурный шок»: невозможность отказаться от старой культуры, рассматриваемой как ценность, при достаточно ясном понимании ее непригодности. Возникает ненависть к этой новой действительности, овладеть которой с помощью старой культуры невозможно. Поскольку у любой социальной группы или народа всегда есть «хранители культуры», то есть индивиды или институты, оберегающие традицию, консервирующие культуру и защищающие ее от посягательств, понятно, что эта борьба между новым и старым в плоскости культуры приобретает нешуточный характер.

---

<sup>90</sup> Хьюлл Л., Зиглер Д. Теории личности (Основные положения, исследования и применение). – СПб.: Питер Пресс, 1997. – С. 450.

<sup>91</sup> Под культурой в данном случае понимается внутренняя основа некоей технологии, совокупность эталонов, критериев и процедур, задающих направления и алгоритмы социально одобряемого поведения и эффективной деятельности. Или, по-другому, культура – это совокупность знаний, ценностей, норм, обеспечивающих приспособление человека к окружающей среде или преобразование этой среды в соответствии со своими нуждами, целями и представлениями. Сложившиеся на сей момент культуры отражают ту действительность, в которой ранее жили этносы и социальные группы и к которым они ранее достаточно эффективно приспосабливались. Понятно, что так понимаемая культура всегда привязана к определенному социальному или географическому ареалу, то есть имеет свое пространство, в рамках которого действуют определенные культурные императивы.

Вряд ли нужно доказывать, что и Россия, и мир за последние годы сильно изменились. Об этом написаны тысячи книг. И главный вывод большинства этих работ: все большее количество людей обретает возможность самоопределения, ибо наша жизнь освобождается от всех прежних локальных ограничений и нам открывается практически весь мир. Можно самореализовать себя в совершенно новых и гораздо более широких пространствах.

Среди множества особенностей новой действительности можно назвать несколько:

1. Для того чтобы выжить, существовать и развиваться, современному человеку нет необходимости быть тесно связанным с другими людьми, исчезает проблема солидарности.

2. Исчезает прямая зависимость между уровнем относительного благополучия и степенью интенсивности усилий, прилагаемых для достижения этого благополучия. Другими словами, сильная социальная политика, присущая современным государствам, приводит к тому, что тот, кто много работает, и тот, кто работает кое-как, живут почти одинаково.

3. Некое предощущение исчерпываемости земных ресурсов напрягает подсознание современного человека, заставляет его рассматривать всех окружающих как потенциальных врагов.

Эти и другие обстоятельства существенно изменили метрику современной действительности и сделали практически бесполезной всю предыдущую культуру, которая формировалась в принципиально иных условиях. Ощущение недейственности предыдущей культуры вынуждает современного человека начинать поиск новых правил жизни. Сама по себе потеря прежних ориентиров уже приводит к стрессу, и одного этого стресса достаточно для повышения агрессии и нетерпимости. Вместе с тем, в ряде случаев культура агрессии и нетерпимости оказывается существенно эффективнее культуры солидарности.

Еще одна проблема заключается в том, что люди оказываются встроенными во все более всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагая все меньшей возможностью лично влиять на объем циркулирующей в ней информации или темп быстродействия, не говоря уж о том, чтобы их контролировать. Скорее наоборот: наша жизнь все существенное определяется глобальной коммуникацией. «В современном коммуникационном обществе это наше отчуждение выражается во власти глобальных коммуникационных потоков над нами, то есть над отдельной личностью и в неспособности отдельной личности повлиять на глобальные коммуникационные потоки, осуществить за ними контроль».<sup>92</sup>

Охарактеризованное таким образом становление современного коммуникационного общества в корне меняет нашу жизнь. Результатом этих изменений в действительности стала непригодность старой культуры для

---

<sup>92</sup> Мюнх Р. Роль журналистики в коммуникационном обществе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.academy-go.ru/Site/JournalPR/Publications/RMunch.html>

оптимального или эффективного существования человека в новых заданных условиях. Идет поиск новых правил жизни. В этих условиях, культура ищет способы самообновления или приспособления к меняющимся условиям существования.

Понятно, что само по себе существование в системе разрушения казавшихся незыблемыми и естественными правил человеческого общежития вызывает глубокий стресс со всеми вытекающими последствиями. Можно, конечно, гневаться, бросаться под колеса злополучной колесницы прогресса, но невозможно отменить тенденцию: весь мир приобретает новую глобальную культуру, надстраивающуюся над локальной, а иногда и замещающую, упраздняющую ее. Или, как сказано в уже цитированной статье: «Многообразие мира, в котором сосуществуют различные культуры знания, сменяется наличием единого центра знаний и периферии с ее филиалами, которые подключены к центру и снабжаются им запрошенными знаниями. В условиях глобального распространения знания из единого центра у локальных, региональных, национальных культур знания не остается шансов на выживание. Они теряют свое оправдание и выглядят рядом с высокоразвитым центром реликтом давно устаревшего, традиционного знания. То, что прежде было другим знанием, принадлежащим к иной культуре, ныне оказывается фальсификатом, пережитком, уцелевшим на периферии. «Видовое богатство» культур сокращается до нескольких систем знания, конкурирующих между собой в одном центре центром за право снабжать весь мир, любой периферийный уголок информацией о том, как надо строить жизнь, руководствуясь единными критериями успеха».<sup>93</sup>

Все это дает основание для вывода о том, что культура приобретает трехслойный характер. Нижний слой – традиционная местечковая культура, то есть культура города, в котором живет индивид, или культура социальной группы, или иная субкультура. Средний слой – то, что можно назвать общегосударственной культурой, в качестве которой выступает конгломерат ценностей и представлений, признание которых считается обязательным для гражданина определенного государства. Особенно наглядно специфичность этой культуры и ее отличие от так называемой национальной культуры проявляется в государствах типа российского, включающих в свой состав множество племен и народов. Третий слой, возникающий у нас на глазах и становящийся все более мощным, – так называемая глобальная американизированная культура: культура управления и информации, культура «снайкерсов» и «тампаксов», культура быстрого питания, однообразной мужской и женской одежды, мощных автомашин, совершенно не нужных на улицах современных городов, и многое другое, что вызывает ужас у одних и восторг у других.

В этих условиях человек должен приспосабливаться не только к одной, но сразу к трем культурам.

---

<sup>93</sup> Мюнх Р. Роль журналистики в коммуникационном обществе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.academy-go.ru/Site/JournalPR/Publications/RMunch.html>

Демократический транзит в России столкнулся с так называемой дилеммой одновременности. Изменения связаны с переходом от тоталитаризма к демократии, от индустриализма к информационному обществу, от закрытого общества к открытому обществу, от культурной гомогенности (национальная по форме, социалистическая по содержанию) к культурному разнообразию. Должны быть преобразованы все стороны функционирования общества, включая детерминированные культурой склад ума и образ жизни, экономические основы и политика. В ходе общественной трансформации появляется задача преодоления институциональных, социальных и психических последствий его прежней деятельности.

Традиционные институты трансляции культуры – семья, школа – уже не справляются со своей культуроформирующей функцией. Предлагаемые этими институтами схемы жизнедеятельности оказываются явно неэффективными. Понятно, что в этой ситуации существенно возрастает значение средств массовой информации, которые и берут на себя функцию культурного образования индивида, оперативно предлагая ему многообразные технологии успешного поведения и эффективной деятельности. Поэтому с утилитарной точки зрения любое телевидение, любая газета и прочие СМИ для действующего человека – это инструмент, с помощью которого он ориентируется в существующих «технологиях жизни».<sup>94</sup>

Организуя отбор и трансляцию информации, СМИ формируют информационные потоки, которые существенно размывают архаичные стереотипы и во многом задают новые стандарты образа жизни, смыслов, ценностей, норм и мотивов социального поведения. Внешне это выражается в деструкции сложившихся канонов, что вызывает праведный гнев хранителей культуры.

И это значит, что на практике мы имеем сегодня глубочайшую драму. Драму каждого из нас, отдельных культур, стран, народов и человечества в целом. Для того чтобы принимать решение о том, как приспособливаться к действительности или как ее менять, мы должны знать, что собой представляет эта действительность, куда мы пришли со своими знаниями, ценностями, нормами. А что мы знаем о сегодняшней действительности? Единственное, что понимает большинство людей, что мир стал другим, и он совершенно непохож на тот, в котором формировалась наша тысячетная, двухтысячелетняя, трехтысячелетняя, а местами и пятитысячелетняя культура.

И возникает вопрос. Те знания, ценности, нормы, на основе которых наши пра-пра-прапредки и даже наши родители определяли свои жизненные схемы, жизненные матрицы, – они сегодня работают или нет? Есть

---

<sup>94</sup> Другое дело, что так относится к медиа только человек, который реально принимает решения. А большая часть наших сограждан – по моим подсчетам, до 70 процентов – никаких решений не принимает. Они живут, реагируя на те решения, которые принимает кто-то. Тогда медиа превращается в развлечение. Можно сто раз пересмотреть американские фильмы, где пропагандируется активность, самостоятельность и прочее, но ты при этом ничего не будешь делать. Ты не будешь принимать никаких решений. И никакие идеи в твое сознание не проникнут до тех пор, пока ты не станешь действующим субъектом.

основания полагать, что не работают. Вся предыдущая культура отношений, ориентированная на общинное выживание за счет уничтожения соседней общиной, или, в крайнем случае, на солидарное выживание за счет уничтожения иных, более далеких общин, себя исчерпала.

Возникают три варианта развития.

**Первый вариант** связан с тем, что я называю «социоцентрической культурой», смысл которой в отчаянной защите «Наших» и противостоянии всем, кто «Не наши». По сути своей – это культура экстремизма, терроризма и пр. Но она дает иллюзию защиты от разрушительных влияний чуждых культур. И миллионы людей не только в России, но и в других странах начинают к ней присматриваться.

**Второй вариант** культурного схематизма, культурной матрицы я называю «эгоцентристской культурой». Яркий образец такой культуры реализован в США, хотя это не исключительно американская культура, следы этой культуры есть где угодно. Здесь главное – «Я». Я – в центре мира. Мир существует для того, чтобы Я состоялся.

**Третий вариант** – культура диалога, культура толерантности.

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

### **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:**

- структурные диспропорции в экономике;
- резкая нелегитимная диспропорция в доходах. Низкий уровень жизни большинства населения на фоне вызывающей роскоши немногих.

### **Политические факторы:**

- государство заигрывает с националистически ориентированными силами. Представители власти попустительски относятся к открытой демонстрации расизма и национальной дискриминации. Влиятельные государственные деятели не только не призывают к осуждению нетерпимости, но и нередко сами выступают с дискриминационными высказываниями. Федеральная власть открыто поддерживает некоторых губернаторов, высказывающих откровенно расистские дискриминационные призывы;
- возникают и успешно развиваются политические группировки, эксплуатирующие ненависть к инородцам, мигрантам.

### **Культурные факторы:**

- расхожесть и укорененность расистских и националистических настроений – синдром радикального авторитаризма;
- отсутствие толерантности к «иным», «другим» культурам, обычаям, религиям, группам;
- формирование национальной идеологии «осажденной крепости» – «все против нас»;
- часть академического сообщества не только не способствует преодолению ксенофобии, но иногда прямо способствует созданию дискриминационных концепций и оправданию расистских практик;
- активная эксплуатация националистических, расистских и дискриминационных тем в массовой культуре и СМИ.

### ***Что касается средств массовой информации, то их интерес к насилию и агрессии объясняется следующими факторами:***

- общая экономическая, политическая и социокультурная ситуация, делающая СМИ заложником борьбы кланов и олигархических групп;
- искаженная структура массовой аудитории с преобладанием бедного населения, не имеющего возможности платить за качественную информацию;
- невозможность обеспечить нормальное финансирование СМИ посредством продажи информации и рекламы;
- отсутствие у журналистов навыков работы в условиях рынка;
- заинтересованность сил, контролирующих СМИ, в использовании их в качестве инструмента информационных и психологических войн;
- отсутствие надежных и действенных механизмов обеспечения свободы слова и свободы СМИ.

### ***Следствием влияния этих факторов являются:***

- зависимость СМИ от власти и крупного капитала;
- подверженность влиянию социальных, политических, экономических групп, заинтересованных в разжигании вражды;
- ангажированность, необъективность, мифологичность;
- подмена информации PR-ом и рекламой;
- концентрация на интересах невзыскательной части аудитории, являющейся основным потребителем «образов вражды», и пренебрежительное отношение к интересам подготовленной аудитории;
- невысокий профессиональный уровень работников СМИ.

### ***Следовательно, для того чтобы способствовать понижению агрессивного потенциала СМИ, необходимо реализовать комплекс общесоциальных мер:***

- развитие среднего класса, заинтересованного в качественной независимой прессе;
- продвижение в практику доктрины мультикультурализма;
- консолидация общественных сил, противостоящих экстремизму и дискриминационным практикам;
- активизация политиков, партий и государственных действий в деле противостояния агрессивности и радикализму;

- становление и развитие влиятельных местных сообществ и структур гражданского общества;
- развитие и реализация (особенно на местном уровне) концепций общественного договора, общественного диалога, социального партнерства;
- формирование атмосферы информационной открытости, как важнейшего условия социального диалога и партнерства;
- активное использование уже имеющихся в российском законодательстве административных и уголовных запретов на возбуждение расовой, национальной, религиозной и социальной розни.

***Что касается условий деятельности СМИ, то здесь необходимо:***

- снижение влияния государства на деятельность СМИ;
- принятие законов о коммерческой и служебной тайне и защите персональных данных и частной жизни человека;
- соблюдение Россией международных конвенций и деклараций, регулирующих деятельность СМИ;
- создание правовой базы, обязывающей владельцев общественно значимой информации предоставлять ее общественности бесплатно или за разумную цену;
- создание Федерального и региональных каналов общественного телевидения;
- формирование эффективного профессионального медиа-сообщества, способного влиять на поведение работников СМИ и обеспечивать контроль за соблюдением высоких этических и профессиональных стандартов;
- создание эффективной системы немедийного информирования населения через библиотеки, информационные центры, университеты. Разработка и реализация обязательного информационного стандарта.

***Очень важна в данном случае позиция экспертного, академического сообщества и общественных организаций, 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 медиа-критики;
- создание широких гражданских коалиций, способных повлиять на деятельность СМИ;
- проведение общественных дискуссий, образовательных и просветительских мероприятий с целью широкого общественного диалога по проблемам агрессии и экстремизма;
- развитие на местном и федеральном уровнях механизмов социального партнерства, включающих структуры гражданского общества, бизнес и местные СМИ.

***Разумеется, многое зависит и от медиа-сообщества:***

- расширение тематического поля;

- изменение стиля подачи материалов и комментирования;
- использование политкорректной лексики и стилистики;
- разработка и реализация масштабных информационных кампаний по разъяснению населению эффективности толерантных технологий жизни;
- предоставление права голоса в информационном пространстве представителям дискриминируемых групп населения;
- разработка профессиональных стандартов, этических норм и механизмов саморегулирования в журналистском сообществе по освещению этнических, расовых и религиозных тем.

При этом, ставя задачу использования СМИ для противодействия экстремизму и ксенофобии, необходимо удержаться от соблазна ввести ограничения свободы слова и свободы СМИ и помнить, что лобовая пропаганда толерантности и политкорректности вряд ли может быть эффективной.

*Опубликовано в книге «Теория и социология СМИ». –  
М.: Изд-во «ВК», 2006.*

## ПОЧЕМУ АГРЕССИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ ВЫЗЫВАЕТ У ЖУРНАЛИСТОВ СИМПАТИЮ?

*(И.М. Дзялошинский  
М.И. Дзялошинская)*

Независимый институт коммуникативистики провел анализ материалов региональных печатных СМИ, посвященных подрастающему поколению. В ходе исследования изучались публикации, в которых субъектом выскакивания или действия были подростки, несовершеннолетние, школьники, молодые люди, студенты и другие категории, входящие в этот синонимический ряд. Всего было отобрано 245 материалов, опубликованных за период январь – сентябрь 2005 года в 46 областных и городских газетах, выходящих в Сибирском, Южном и Центральном регионах России.<sup>95</sup>

Необходимость такого исследования продиктована тем, что, по имеющимся данным, российская молодежь широко использует рискованные и агрессивные модели поведения. Особенно много в настоящее время агрессии на почве национально-этнической неприязни. Самой масштабной акций последнего времени стал «Правый марш», проведенный рядом радикальных организаций в центре Москвы 4 ноября, в День народного единства (!). Это мероприятие, прошедшее под националистическими и ксенофобскими лозунгами, со всей очевидностью продемонстрировало, что идеи воинствующего национализма вышли из подполья и стали весомой составляющей политического спектра России.

По мнению некоторых экспертов, именно СМИ повинны в информационной подпитке нарастающей интолерантности в обществе. Часто конкуренция между изданиями толкает журналистов на увеличение «горячих» интолерантных материалов, которые, в свою очередь, способствуют повышению интереса к данному СМИ и увеличению тиража.

Выполненный анализ публикаций СМИ, посвященных молодежи, показал, что, как правило, в текстах отчетливо выделяются два субъекта: подросток или молодой человек (который либо вербально выражает какую-то мысль или свое отношение к какому-то элементу действительности, либо реализует практические действия по отношению к этому элементу действительности – объекту отношения) и журналист (конкретный автор материала или некий обобщенный образ автора), который как-то комментирует позицию первого субъекта.

Образ современного молодого жителя России в описании современного российского журналиста выглядит, судя по проанализированным материалам, следующим образом.

---

<sup>95</sup> Исследование проводилось в рамках Федеральной программы развития образования по разделу «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе».

Прежде всего, анализ цитируемых в СМИ высказываний подростков и молодежи дает основание для вывода о том, что комплекс взаимоотношений, описываемых словом «дружба», совсем не в почете у подрастающего поколения. Это подтверждают и материалы, предъявляющие реальные действия

Так, если разделить действия подростков и молодежи, описанные в газетных материалах, на положительные и отрицательные, то окажется, что примерно 40 процентов материалов демонстрируют помочь, поддержку и дружбу, а примерно 60 процентов публикаций демонстрируют, что молодежь и подростки – это носители агрессии и насилия, инициаторы драк и хулиганских поступков.

Весьма красноречиво это иллюстрируют такие заголовки газет: «**Грабители-малолетки**» («Томская нефть», 28.05.2005); «**Подростки обнаглели**» («Томская нефть», 28.05.2005); «**Война детей**» («Хронометр», Волгоград, 01.06.2005); «**Школьник расправился со своими родителями**» («Свободный курс», Барнаул 12.01.2005); «**Тутаевские подростки избили и ограбили пожилую женщину**» («Юность», Ярославль, 21.01.2005).

При этом, если судить по материалам СМИ, очевидна тенденция: нынешние несовершеннолетние подростки более агрессивны, чем молодежь постарше.

Основным адресатом подростковой агрессии, если верить СМИ, являются представители «чужих» этносов: американцы, цыгане, таджики, афганцы, африканцы и афроамериканцы (как правило, именуемые «неграми»), арабы, индузы, народы Кавказа, немцы, жители стран Балтии, татары, узбеки. Основная интенция<sup>96</sup>, которая выражается в текстах СМИ молодыми россиянами в адрес этих народов – раздражительность. Изредка молодые люди и подростки выражают свое негативное отношение к мигрантам и гастарбайтерам, причем наибольшее количество публикаций, содержащих негативно окрашенные интенции, появляется в газетах, выходящих на Юге и в Центре России.

Значительно меньше, чем национальный вопрос, молодежь интересуют межконфессиональные отношения. Причем в основной части материалов, воспроизводящих мнения молодых людей и подростков по этому поводу, фиксируются позитивные интенции по отношению к православию (80%). Публикации, в которых упоминается ислам (их 13%), содержат негативные интенции по отношению к этой религии; отношение к католичеству нейтральное. В негативном контексте упоминаются секты.

В проанализированных СМИ очень часто предметом публикации становятся молодежные общественные организации и объединения. Хорошо представлены в публикациях СМИ политические партии и движения, ориентированные на юное поколение (табл. 1). Особенно часто эта проблема

---

<sup>96</sup> Термином «интенция» в психологии обозначается субъективная направленность на некий объект, активность сознания субъекта. По существу, это выявление скрытых убеждений и установок человека (в нашем случае – героев публикуемых текстов).

тика отражается в газетах, выходящих на Юге России: «**В политику, молодежь!**» («Интер-пресс», Волгоград, 21.07.2005); «**Парламент молодежный – помощник надежный**» («Молот», Ростов-на-Дону, 15.06.2005); «**Молодежь обретает голос**» («Молот», 28.06.2005). Активную жизненную позицию на страницах проанализированных газет демонстрируют представители двух совершенно различных групп – студенты и бандиты (юные).

Выполненный анализ показал, что отношение молодых людей и подростков к различным молодежным объединениям в значительной степени зависит от того, входят они в состав этих объединений сами, имеют друзей – членов объединений или смотрят на эти объединения со стороны. В первом случае, разумеется, имеет место положительная и даже в ряде случаев избыточно-эмоциональная оценка деятельности организаций. Молодые люди, имеющие друзей, состоящих в тех или иных организациях, склонны к амбивалентной оценке: с одной стороны, они отмечают недостатки в деятельности этих организаций, а с другой – долг дружбы заставляет их выискивать положительные моменты даже там, где их нет и быть не может (особенно это относится к политическим партиям, фанатам, скинхедам). Что касается позиции «незаинтересованных» молодых людей, то она часто совпадает с тем, что можно назвать выражением общественного мнения.

Таблица 1

**Данные о количестве публикаций, посвященных  
молодежным объединениям (в % к числу публикаций)**

<b>Объединения</b>	<b>В среднем</b>	<b>Сибирь</b>	<b>Юг</b>	<b>Центр</b>
Общественные организации	33.8	27.6	36.3	41.9
Студенческие объединения	20.5	20.7	13.2	22.4
Банды	19.8	17.4	20.8	19.6
Политические партии, движения	13.9	10.2	16.3	15.8
Фанаты	5.8	3.1	4.2	9.9
Скинхеды	5.1	3.1	6.8	5.3
Байкеры, экстремалы	3.6	1.5	3.1	4.8
Военизированные объединения	2.9	1.8	3.9	2.3
Религиозные организации	2.9	1.5	4.2	3.6

Наибольшее количество положительных и отрицательных интенций фиксируется по отношению к «фанам»: спортивным болельщикам, почитателям кумиров кино, эстрады и пр. Самое нейтральное отношение субъекты исследования продемонстрировали по отношению к политическим партиям и движениям (табл. 2).

Резко негативно относятся герои проанализированных публикаций к нищим, наркоманам и алкоголикам. (В скобках надо отметить, что нега-

тивное отношение к наркоманам иногда сосуществует с мыслями о «прикольности» употребления наркотиков и возможности получения легкого заработка в случае их распространения.)

Таблица 2

### Данные об отношении молодых людей и подростков к молодежным объединениям

Молодежные объединения	Интенция <sup>97</sup>		
	положительная	нейтральная	отрицательная
Общественные организации	16.1	16.4	4.0
Студенческие объединения	3.7	4.0	1.3
Банды	1.1	6.9	17.6
Политические партии, движения	8.8	25.9	14.9
Фанаты	27.1	17.8	20.5
Скинхеды	3.7	8.3	12.2
Байкеры, экстремалы	7.3	4.8	5.3
Военизированные объединения	16.1	10.9	18.9
Религиозные организации	16.1	5.0	5.3

При упоминании ситуации потребления алкоголя с отрицательной интенцией речь идет, как правило, об употреблении спиртных напитков в больших количествах и о последствиях чрезмерных возлияний, а вовсе не о процессе «пития» как таковом.

Нетерпимо молодое поколение относится к беженцам, сексуальным меньшинствам и мигрантам.

Отношение к трудным подросткам носит двойственный характер: с одной стороны, есть понимание асоциальности их поведения, а с другой – проявляются элементы сочувствия.

Ярко выраженное сочувствие практически во всех проанализированных газетах высказывается молодыми людьми и подростками по отношению к заключенным и бомжам. Дети-сироты и больные люди также пробуждают в молодых людях сочувствие (табл. 3).

<sup>97</sup> Здесь и далее в таблицах данные приведены в процентах к тем публикациям, в которых содержались высказывания (прямые или косвенные) молодых людей и подростков или авторов материалов.

Таблица 3

**Данные об отношении молодых людей и подростков  
к различным группам населения**

Группы	Интенсия:		
	положительная	нейтральная	отрицательная
<b>ДЕВИАНТНЫЕ</b>			
Наркоманы	0.5	4.0	11.2
Алкоголики	0.2	4.7	12.0
Проститутки	0.7	1.4	2.4
Нищие	0	40.5	33.5
Заключенные	30.6	6.8	3.9
Беспрizорные	0	3.7	4.7
Бомжи	35.7	2.5	6.3
Трудные подростки	32.3	36.3	25.8
<b>ВОЗРАСТНЫЕ</b>			
Подростки	16.5	39.3	39.7
Молодежь	21.0	34.3	33.9
Возраст активной жизненной позиции	42.9	8.5	13.2
Старики	19.6	17.9	13.2
<b>СОЦИАЛЬНО УЯЗВИМЫЕ</b>			
Инвалиды	19.2	24.1	6.3
Больные, в т.ч. ВИЧ-инфицированные	24.8	15.7	16.2
Сироты	54.7	41.8	13.1
Беженцы	0	11.4	26.7
Мигранты	0	5.0	18.3
Сексуальные меньшинства	1.3	2.1	19.4

Выше были описаны содержательные особенности высказываний молодых людей и подростков, цитируемых в региональных газетах. Как правило, в этих же текстах есть комментарии авторов материалов, посвященные оценке героев публикаций. Анализ показал, что журналисты чаще оправдывают агрессивное, интолерантное поведение подростков и молодежи, чем осуждают (табл. 4).

Таблица 4

**Журналистские оценки, зафиксированные  
в проанализированных публикациях**

<i>Оценка</i>	<i>В среднем</i>	<i>Сибирь</i>	<i>Юг</i>	<i>Центр</i>
Осуждение авторов агрессивных высказываний	36.3	37.6	40.0	30.3
Оправдание авторов агрессивных высказываний	42.4	36.7	57.1	36.4

Проведенное исследование подтвердило уже отмеченную социологами особенность российских СМИ, которые активно транслируют идеи о том, что сила – ценность, а агрессивное поведение помогает разрешать конфликтные ситуации, и, следовательно, оправдано.<sup>98</sup>

Видимо, надо почаще напоминать журналистам, что подростки и молодежь – самая восприимчивая к толерантным/интолерантным высказываниям часть читательской аудитории. Их «идеологическое созревание» очень часто основывается на призывах и оценках, которые они слышат дома, в школе, на улице, в СМИ. А отношение к молодежи остальной части общества также формируется в значительной степени на основе публикаций в СМИ. Поэтому приходится вновь говорить о необходимости выработки профессиональных стандартов, этических норм и механизмов саморегулирования в журналистском сообществе, о создании атмосферы морального осуждения и неприятия «языка вражды» в российских СМИ.

*Опубликовано в журнале «Журналистика и медиарынок». – 2006. – № 1.*

<sup>98</sup> См.: Контент-анализ освещения проблемы рискованного поведения молодежи в СМИ. – М., 2005, с. 18.

## ЯЗЫК ВРАЖДЫ В РОССИЙСКИХ СМИ

*(И.М. Дзялошинский)*

Анализ материалов, полученных в ходе исследований, проведенных Независимым институтом коммуникативистики, показывает, что большинство россиян в принципе не одобряют интолерантное поведение и негативно относятся к фактам немотивированной агрессивности, однако примерно 30 процентов граждан не видят ничего дурного в интолерантном поведении. Кроме того, следует констатировать, что, не одобряя такое поведение в принципе, многие из наших сограждан (от 33 до 42 процентов) довольно часто совершают интолерантные поступки, прекрасно понимая их несовместимость с правилами человеческого общежития, но вместе с тем считая, что они вынуждены и имеют право так поступать. Довольно высок уровень немотивированной агрессии по отношению к представителям других наций и народностей.

Российские публицисты, ученые также приложили немало сил, чтобы описать и по возможности объяснить роль СМИ в формировании установок насилия в обществе.<sup>99</sup> В своих исследованиях они чаще всего опираются на концептуальную схему, в основе которой лежит вошедшее в последние годы в правозащитный и научный оборот англоязычных стран понятие *hate speech*. Российские правозащитники перевели его как «язык вражды», под которым стали понимать всю совокупность текстов (а также заголовков, фотографий и иных элементов) СМИ, прямо или косвенно способствующих возбуждению национальной или религиозной вражды или хотя бы неприязни.

Я думаю, что более или менее точным эквивалентом этого чересчур метафорического понятия является термин «речевая агрессия». Речевая агрессия – это специфическая форма речевого поведения, которая мотивирована агрессивным состоянием говорящего. Обычно выделяют два варианта речевой агрессии в текстах. Во-первых, прямой призыв адресата к агрессивным действиям («Время беспечности и празднословия прошло.

---

<sup>99</sup> Вот лишь некоторые из работ, вышедших в последние годы: Гельман М. Русский способ. Терроризм и масс-медиа в третьем тысячелетии. – М., 2003.; Диагностика толерантности в средствах массовой информации. – М., 2002.; Кожевникова Г. Язык вражды в предвыборной агитации и вне ее. – М., 2004.; Малькова В., Тишкин В. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. – М., 2002.; Мы – сограждане. (СМИ и общество). – М., 2002.; Предотвращение разжигания национальной и религиозной нетерпимости в средствах массовой информации Центрально-Черноземного региона. – Воронеж, 2002.; Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. – Екатеринбург, 2002.; Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. – М., 2002.; Социальное насилие и толерантность: реальность и медиаобразы. – М., 2004.; Толерантность. Журналистика, политика, культура. – СПб, 2003.; Язык мой... Проблемы этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М., 2002.; «Язык вражды» и свобода слова. Часть 1 и часть 2. – М., 2003.

*Настало время действия»). Во-вторых, это формирование или поддержание у адресата агрессивного состояния («Кубанцам не привыкать к высказываниям центральных средств массовой информации, в которых происходящие у нас события преподносятся в искаженном, извращенном виде»).*

Четыре партнерские неправительственные организации – Информационно-исследовательский Центр «Панорама», Московская Хельсинкская группа, Центр развития демократии и прав человека, Фонд защиты гласности разработали и реализовали проект «Язык Вражды в российских СМИ: мониторинг и общественные действия». Проведено несколько исследований «языка вражды», вышли книги и статьи на эту тему, в которых показано, что в нашем обществе отсутствуют традиции морального осуждения «языка вражды». Он воспринимается как норма политической и социальной жизни, хотя и не совсем приятная норма. Доказано, что, поскольку этические нормы саморегулирования средств массовой информации в этой области не разработаны, разного рода ксенофобия находит широкое распространение даже в уважаемых общественно-политических периодических изданиях и в особенности в телевизионных и радиопередачах. Журналисты и редакторы часто не понимают (или не желают задуматься), какие именно высказывания политических и общественных деятелей, официальных лиц, государственных служащих и т.д. имеют расистский и дискриминационный характер, и не считают, что такие заявления должны быть соответствующим образом прокомментированы.<sup>100</sup>

Положительно оценивая и сам факт обращения к этой проблематике, и полученные в ходе исследований результаты, хотел бы подчеркнуть некоторую уязвимость избранного авторами подхода.

Дело в том, что как бы мы ни трактовали понятие «язык вражды», речь всегда будет идти о некой системе выражений. Другими словами, проблема языка вражды есть по большому счету проблема свободы выражения мнений. Поэтому дискуссии чаще всего сводятся к толкованию границ между правом на свободу выражения мнения<sup>101</sup> и нормами, допускающими возможность сужения этого права.<sup>102</sup> В соответствии с международным правом, свобода выражения мнения в ряде случаев может быть

---

<sup>100</sup> Язык мой... Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М.: РОО «Центр «Панорама», 2002. – 200 с.

<sup>101</sup> Например, ст.10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, пункт 1 которой, в частности, гласит: «Каждый имеет право свободно выражать свое мнение. Это право включает свободу придерживаться своего мнения и свободу получать и распространять информацию и идеи без какого-либо вмешательства со стороны публичных властей и независимо от государственных границ...» // <http://www.echr.ru/documents/doc/2440800/2440800-001.htm#9999>

<sup>102</sup> В частности, пункт 2 ст.10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод предусматривает такие основания для ограничения свободы слова как сопряжение: «с определенными формальностями, условиями, ограничениями или санкциями, которые предусмотрены законом и необходимы в демократическом обществе в интересах национальной безопасности, территориальной целостности или общественного порядка, в целях предотвращения беспорядков и преступлений, для охраны здоровья и нравственности, защиты репутации или

законодательно ограничена национальными правительствами. В законодательстве различных стран присутствуют акты, направленные на ограничение распространения «языка вражды». В частности, в Уголовный Кодекс Франции в начале 90-х годов XX века было внесено дополнение о том, что «отрицание или даже постановка под сомнение факта геноцида евреев нацистами является преступлением независимо от умысла виновного».<sup>103</sup> Одно из дел, возбужденных по этой статье, получило международный резонанс.<sup>104</sup> Комитет ООН по правам человека оставил в силе решение французских судов, отметив, что г-н Форрисон был осужден «не за приверженность и выражение мнения, а за нарушение прав и нанесение ущерба репутации других лиц».<sup>105</sup> Международные эксперты отметили, что такое законодательство способно стать серьезным препятствием на пути не только журналистского творчества, но и научных исследований.

Российское законодательство содержит обе нормы: и право на свободу выражения мнения, и запрет на разжигание национальной нетерпимости. Однако в свете принятия летом 2002 года Закона «О противодействии экстремистской деятельности» и попыток принятия нового Закона «О СМИ» можно говорить о том, что наметилась тенденция к ужесточению ответственности за разжигание национальной нетерпимости и розни<sup>106</sup>.

Как отмечают эксперты, особенность законодательных актов, ограничивающих «язык вражды», во всем мире состоит в том, что их применение очень избирательно<sup>107</sup>. Для России эта черта еще более характерна. Такая избирательность губительна как для социальной стабильности, так и для самого журналистского сообщества. Более того, принятие решений в каждом случае настолько индивидуально, что журналистам не всегда ясен баланс между двумя нормами права<sup>108</sup>.

---

прав других лиц, предотвращения разглашения информации, полученной конфиденциально, или обеспечения авторитета и беспристрастности правосудия». // <http://www.echr.ru/documents/doc/2440800/2440800-001.htm#9999>

<sup>103</sup> См.: Коливер С. Законы о Языке Вражды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.memo.ru/hr/referats/hatespch/>

<sup>104</sup> Робер Форрисон, профессор литературы, в ходе интервью одному из французских журналов заявил, что газовые камеры нацистских лагерей – миф, придуманный державами-победительницами. И он, и редактор журнала, разместившего это интервью, были обвинены в правонарушении и оштрафованы на сумму порядка 400 000 франков.

<sup>105</sup> Дело Форрисон против Франции // Российское издание бюллетеня ИНТЕРАЙТС – 2000. – №4. – с. 45.

<sup>106</sup> См. также: Методические рекомендации «Об использовании специальных знаний по делам и материалам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды» Отдела юридической психологии научно-исследовательского института проблем укрепления законности и правопорядка и Отдела по надзору за исполнением законов о межнациональных отношениях Генеральной прокуратуры Российской Федерации // [www.panograma.ru/works/patr/govpol/genproc\\_instr.html](http://www.panograma.ru/works/patr/govpol/genproc_instr.html)

<sup>107</sup> Коливер С. Законы о Языке Вражды // <http://www.memo.ru/hr/referats/hatespch/>

<sup>108</sup> В деле Форрисона против Франции (рассмотренном Комитетом ООН по правам человека) заявитель был признан виновным в нарушении прав и нанесении ущерба репутации других лиц только за высказывание мнения о том, что газовые камеры в концентрационных лагерях Германии времен Второй мировой войны –

Аналитики «Article XIX» отмечают так же тенденцию к «облагораживанию языка вражды» политиков и журналистов радикального толка, что создает опасность восприятия расистских идей более широкой аудиторией. То есть «язык вражды» смягчается до «языка противостояния». Желающий донести свое убеждение до окружающих трансформирует, во избежании уголовного или иного правового преследования, лингвистическую форму высказывания, оставляя неизменным содержание. Таким образом, его идеи, выраженные более мягким языком, получают законное хождение и большее распространение.<sup>109</sup>

То есть, необходимо признать, что регулирование «языка вражды», с одной стороны, противоречиво, а с другой – не всегда результативно. Ограничение «языка вражды» зачастую выводит из употребления фразы типа «Бей жидов!» (но не касается их более мягких синонимов), а следовательно, не может реально противостоять дискриминационным практикам.<sup>110</sup>

Многие российские специалисты видят возможное решение этой проблемы в системе саморегулирования СМИ, базирующейся на идее социальной ответственности журналистов. Эта ответственность, по сути, тоже налагает два противоречивых обязательства: с одной стороны, добывать и распространять достоверную информацию, а с другой – не допускать распространения в обществе дискриминационных практик. Е. Трибунская выражает сомнение – как социальная ответственность сможет решить те проблемы, которые на данный момент не решает угроза ответственности уголовной и гражданской?<sup>111</sup>

По ее мнению, для активизации системы саморегулирования, необходимы следующие предпосылки:

- либо активизация законодательного регулирования – и тогда средства массовой информации первыми заговорят о возможности саморегулирования (как было осенью-зимой 2002 года, когда грозило принятие нового Закона «О СМИ»);

- либо рост общественного протеста против неэтичной деятельности журналистов как в виде массового отчуждения аудитории от СМИ, так и в виде роста количества исков к ним.<sup>112</sup>

---

это миф, однако в другом деле Йерсилд против Дании (рассмотренном Европейским Судом по Правам Человека) журналист, передавший в эфир интервью с представителями экстремистски настроенной молодежи, в котором «зеленые куртки» высказывали заявления типа «книггер не человек, это животное», «у людей должно быть право держать рабов» и т.д., был оправдан. (См. Дело Йерсилд против Дании на сайте [www.medialaw.ru](http://www.medialaw.ru).)

<sup>109</sup> То есть если законодательно запрещено распространение выражения «Иванов – козел», а кто-то ярый приверженец того, что этот самый Иванов – плохой человек, то ничто не помешает ему сообщить о том, что «Иванов – баран» и так до бесконечности менять словарную форму своего соображения относительно Иванова. Однако если с утверждением о том, что «Иванов – козел» могло согласиться, скажем, три человека из окружения оратора, то с выражением «Иванов – нехороший человек» – не три, а например, пятнадцать.

<sup>110</sup> Трибунская Е. Саморегулирование СМИ в области языка вражды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm>

<sup>111</sup> Трибунская Е. Саморегулирование СМИ в области языка вражды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm>

<sup>112</sup> Трибунская Е. Саморегулирование СМИ в области языка вражды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.medialaw.ru/selfregulation/6/n1.htm>

Большинство российских Кодексов профессиональной этики содержат краткие указания типа – журналисту нельзя «связывать этническую принадлежность кандидата с его политическими и моральными качествами»<sup>113</sup> или повторяют нормы Конституции или Закона «О СМИ».

Таким образом, институт саморегулирования способен содействовать достижению компромисса в общественных (между аудиторией и журналистами) и правовых (между нормами о свободе выражения мнения и запретом на разжигание национальной розни) противоречиях. Но даже создание института саморегулирования не панацея от распространения «языка вражды», преграду которому способен поставить только каждый человек сам для себя, избавившись не только от того, что принято называть расизмом, но и от того, что названо в новейших исследованиях социологов «нечаянным расизмом».

Для того чтобы выйти в исследованиях связи «СМИ – насилие» из заколдованного круга проблем выражения мнений, необходимо понять, что любой текст является структурой, развертывающейся, по крайней мере, в трех плоскостях: предметной (ответ на вопрос – о чем это?), смысловой (ответ на вопрос – что это значит?), выразительной (ответ на вопрос – как это сказано?).<sup>114</sup> «Язык вражды» не затрагивает ни предметной, ни смысловой сторон журналистского текста. Вернее, он их видит только через призму способов выражения. Но смысловая структура может быть закодирована огромным множеством способов. При этом способы кодирования могут выбираться на чисто интуитивном уровне, в соответствии с некоторыми профессиональными шаблонами, а могут выбираться осознанно, под пристальным контролем цензора: государственного, общественного, корпоративного или внутриличностного. Поэтому проблема «языка вражды» – это проблема кодирования, проблема политкорректности, проблема цензурирования способов выражения неких смыслов.

Между тем, проведенные Независимым институтом коммуникативистики (НИК) исследования показали, что агрессия в СМИ проявляется не только через употребление дискриминационной лексики, но и через подбор специфической тематики, провоцирующей интолерантные образы, а также через специфическое комментирование. Что касается тематики, то наибольшее количество текстов с интолерантной интенцией связано с политикой, экономикой, социальной проблематикой и спортом. Выбирая тему своего будущего выступления, журналист изначально стремится к такому событию, такому сюжету, который несет в себе мощный заряд конфликта, легко обеспечивающего разделение его участников на «хороших» и «плохих».

---

<sup>113</sup> Памятка журналиста телекомпании НТВ // Профессиональная этика журналиста: документы и справочные материалы. – М.: Галерия, 2002. – 472 с. – с. 243.

<sup>114</sup> Особенностью России является то, что в российской культуре журналист выступает не транслятором сведений, не информатором, а соответствчиком перед наследием за все, что делается в мире. Западный читатель, получив информацию, сам принимает решение, что ему думать и что ему делать, потому что столетия самостоятельного принятия решений приучили его к тому, что никто за него на его вопросы не ответит. В России не так. У нас людей приучили к тому, что кто-то должен им сказать, в чем смысл описанных событий и фактов и что же они должны сделать, прочитав этот материал.

Однако при всей важности этой проблемы вопрос должен звучать по-иному: в чем причины появления интолерантных смыслов и что можно сделать для того, чтобы их количество уменьшилось, и, следовательно, уменьшилась потребность в цензорах, как бы они ни назывались. Это означает, что, изучая проблемы толерантности применительно к деятельности СМИ, необходимо осуществить переход от анализа «языка вражды» к анализу «образов вражды», коренящихся в сознании и подсознании журналистов и побуждающих их произвольно или непроизвольно выбирать из действительности в качестве предмета отображения вполне определенные факты и явления и выбирать для их описания именно язык вражды, а не какой-то иной язык.

Что же такое «образ вражды»? В данной статье категория «образ» используется для обозначения устойчивой совокупности представлений и когнитивных структур, координирующих и регулирующих взаимодействия индивида с явлениями внешнего мира. Образ включен в систему жизненных отношений между человеком и миром. Или по-другому, образ – это набор ожиданий, в соответствии с которым усматриваются, отбираются, группируются и комментируются факты. Рассматривая все происходящее в повседневности сквозь призму этих ожиданий, журналисты, тем самым, невольно задают общую установку повествования о фактах и явлениях. То есть образ – это та матрица, которая присутствует в сознании индивида и объединяет разрозненные впечатления в некую целостность. Образ играет роль структурного принципа, гарантирующего целостность всей системы восприятия.<sup>115</sup>

Так понимаемый образ размещается в тех глубинах индивидуального, группового и корпоративного сознания, которые обозначаются понятиями «менталитет», «архетипы», «метапрограммы» и т.п. Понятием «менталитет» обычно обозначается «мироощущение, мировосприятие, определяющееся народно-национальными обычаями, образом жизни, мышлением, нравственностью».<sup>116</sup> Вслед за многими исследователями я предпосылаю считать, что менталитет – это фундаментальный слой коллективного поведения, деятельности, эмоционального реагирования на различные ситуации, присущие данному этносу или устойчивой социальной

---

<sup>115</sup> В маркетинге хорошо известно, что есть «товар», а есть «образ товара». Образ товара – это обобщенное представление, абстракция; в то время как товар – конкретная материальная сущность, вещность, материализованный продукт человеческой деятельности, произведенный для продаж. Образ, представление товара в сознании потребителя является бесконечным набором форм, отвечающим, в определенной степени, конкретному содержанию. Так, к примеру, потребность приобретения *стула* вначале порождает в сознании потенциального покупателя представление обобщенной формы данного предмета, впоследствии – обобщенный образ, приобретая те либо иные черты конкретной вещи, в своем представлении приближаются к желаемому материальному предмету. Как бы детально ни был представлен в сознании потребителя желаемый товар, образ его и вешнее воплощение в деталях всегда будут иметь определенные различия. Степень этих различий в некотором роде характеризует степень удовлетворения конкретной потребности.

<sup>116</sup> Большая Советская Энциклопедия / Третье издание. – М.: Советская энциклопедия, 1972.

группе. Таким образом, можно констатировать, что менталитет представляет собой набор фундаментальных схем, моделей восприятия, оценки действительности и принятия решения.

В каком-то смысле менталитет можно отождествить с «коллективным бессознательным». Швейцарский психолог К.Г. Юнг с помощью этой категории обозначал что-то наподобие генетического кода человечества, некой врожденной психической константы его развития, источника психической энергии. С этой точки зрения, поверхностный слой бессознательного является **личностным бессознательным**. Этот слой покоятся на другом, более глубоком, ведущем свое происхождение и приобретаемом уже не из личного опыта. Этот врожденный более глубокий слой – **коллективное бессознательное**, имеющее всеобщую, а не индивидуальную природу.

По мнению Юнга, «кирпичиками» коллективного бессознательного являются архетипы, символические прообразы, формирующие активность воображения. Впоследствии некоторые авторы включили в «коллективное бессознательное» еще один класс «кирпичиков», назвав их метапрограммами. Если архетипы отвечают за модели отношения к действительности, то метапрограммы – за модели восприятия.

Архетип обязательно соединяет образ и эмоцию. Поэтому практически у всех людей они вызывают достаточно запрограммированные стереотипные реакции и эмоции. Недаром, так много реклам позиционируют товар с водой – одним из сильнейших и древнейших архетипов, символом силы, чистоты, девственности, спокойствия. Не меньше рекламных роликов эксплуатируют архетип «отца» или «матери» – все эти роли, в которых седовласый стоматолог или «стоматология» настойчиво рекомендуют нам «жевать» и «чистить».

Несколько по-другому описывает эти потаенные структуры нашей личности американский психолог Дж. Келли. Согласно Келли, «человек судит о своем мире с помощью понятийных систем, или моделей, которые он создает, затем пытается приспособить к объективной действительности. Это приспособление не всегда является удачным. Все же без таких систем мир будет представлять собой нечто настолько недифференцированное и гомогенное, что человек не сможет осмыслить его»<sup>117</sup>. Именно эти «понятийные системы, или модели» Келли определил как личностные конструкты. Итак, личностный конструкт – это идея или мысль, которую человек использует, чтобы осознать или интерпретировать, объяснить или предсказать свой опыт. Он представляет собой устойчивый способ, которым человек осмысляет какие-то аспекты действительности в терминах схожести и контраста, при помощи конструктов человек выстраивает для себя картину мира. По мнению Келли, система конструктов необходима человеку для создания непротиворечивой картины мира. Возможность применения теории личностных конструктов для описания моделей массового сознания определена самим Келли, который отмечал, что люди одной культуры интерпретируют свой опыт почти одинаково, ибо «если

---

<sup>117</sup> Хьюлл Л., Зиглер Д. Теории личности (Основные положения, исследования и применение). – СПб.: Питер Пресс, 1997. – С. 438.

человек интерпретирует опыт в какой-то мере подобно тому, как это делает другой человек, то его психические процессы подобны психическим процессам другого человека»<sup>118</sup>. Как видим, личностные конструкты Келли очень близки архетипам и метапрограммам.

Таким образом, мы можем констатировать, что выбор и предметов, и смыслов, и языковых средств описания тех или иных фактов и явлений действительности предопределен некоторыми константными образами этих фактов и явлений, которые погружены в глубины корпоративного журналистского профессионального сознания и практически не осознаются конкретными индивидами, включенными в процесс профессиональной деятельности.

В свою очередь, корпоративное журналистское профессиональное сознание является фрагментом, частью, голографической матрицей той культуры, в рамках которой оно возникало и оформлялось<sup>119</sup>. Эта культура подвергается в настоящее время сильнейшим деформациям, что вызывает защитные рефлексы, а следовательно, особый интерес к насилию.

Главной особенностью переживаемой нами эпохи является радикальное обновление культурных стандартов жизнедеятельности людей. По мере изменения внешней среды внутри культуры появляются новые знания, ценности, и нормы, более эффективные в новых условиях, нежели те, на которые субъект опирался раньше. Если внешняя среда меняется медленно, то и изменения в культуре происходят почти безболезненно, хотя культурные конфликты существуют столько же, сколько и культура. Однако в условиях, когда внешняя среда меняется стремительно и вчерашняя культура, понимаемая как внутренняя основа технологии, становится неэффективной, возникает то, что специалисты называют «культурный шок»: невозможность отказаться от старой культуры, рассматриваемой как ценность, при достаточно ясном понимании ее непригодности. Возникает ненависть к этой новой действительности, овладеть которой с помощью старой культуры невозможно. Поскольку у любой социальной группы или народа всегда есть «хранители культуры», то есть индивиды или институты, оберегающие традицию, консервирующие культуру и защищающие ее от посягательств, понятно, что эта борьба между новым и старым в плоскости культуры приобретает нешуточный характер.

Вряд ли нужно доказывать, что и Россия, и мир за последние годы сильно изменились. Об этом написаны тысячи книг. И главный вывод

---

<sup>118</sup> Хьюлл Л., Зиглер Д. Теории личности (Основные положения, исследования и применение). – СПб.: Питер Пресс, 1997. – С. 450.

<sup>119</sup> Под культурой в данном случае понимается внутренняя основа некоей технологии, совокупность эталонов, критериев и процедур, задающих направления и алгоритмы социально одобряемого поведения и эффективной деятельности. Или, по-другому, культура – это совокупность знаний, ценностей, норм, обеспечивающих приспособление человека к окружающей среде или преобразование этой среды в соответствии со своими нуждами, целями и представлениями. Сложившиеся на сей момент культуры отражают ту действительность, в которой ранее жили этносы и социальные группы и к которым они ранее достаточно эффективно приспособились. Понятно, что так понимаемая культура всегда привязана к определенному социальному или географическому ареалу, то есть имеет свое пространство, в рамках которого действуют определенные культурные императивы.

большинства этих работ: все большее количество людей обретает возможность самоопределения, ибо наша жизнь освобождается от всех прежних локальных ограничений и нам открывается практически весь мир. Можно самореализовать себя в совершенно новых и гораздо более широких пространствах.

Среди множества особенностей новой действительности можно назвать несколько:

1. Для того чтобы выжить, существовать и развиваться, современному человеку нет необходимости быть тесно связанным с другими людьми, исчезает проблема солидарности.

2. Исчезает прямая зависимость между уровнем относительного благополучия и степенью интенсивности усилий, прилагаемых для достижения этого благополучия. Другими словами, сильная социальная политика, присущая современным государствам, приводит к тому, что тот, кто много работает, и тот, кто работает кое-как, живут почти одинаково.

3. Некое предощущение исчерпываемости земных ресурсов напрягает подсознание современного человека, заставляет его рассматривать всех окружающих как потенциальных врагов.

Эти и другие обстоятельства существенно изменили метрику современной действительности и сделали практически бесполезной всю предыдущую культуру, которая формировалась в принципиально иных условиях. Ощущение недейственности предыдущей культуры вынуждает современного человека начинать поиск новых правил жизни. Сама по себе потеря прежних ориентиров уже приводит к стрессу, и одного этого стресса достаточно для повышения агрессии и нетерпимости. Вместе с тем, в ряде случаев культура агрессии и нетерпимости оказывается существенно эффективнее культуры солидарности.

Еще одна проблема заключается в том, что люди оказываются встроенными во все более всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагая все меньшей возможностью лично влиять на объем циркулирующей в ней информации или темп быстродействия, не говоря уж о том, чтобы их контролировать. Скорее наоборот: наша жизнь все существенное определяется глобальной коммуникацией. «В современном коммуникационном обществе это наше отчуждение выражается во власти глобальных коммуникационных потоков над нами, то есть над отдельной личностью и в неспособности отдельной личности повлиять на глобальные коммуникационные потоки, осуществить за ними контроль»<sup>120</sup>.

Охарактеризованное таким образом становление современного коммуникационного общества в корне меняет нашу жизнь. Результатом этих изменений в действительности стала непригодность старой культуры для оптимального или эффективного существования человека в новых заданных условиях. Идет поиск новых правил жизни. В этих условиях, культура ищет способы самообновления или приспособления к меняющимся условиям существования.

---

<sup>120</sup> Мюнх Р. Роль журналистики в коммуникационном обществе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.academy-go.ru/Site/JournalPR/Publications/RMunch.html>

Понятно, что само по себе существование в системе разрушения казавшихся незыблемыми и естественными правил человеческого общежития вызывает глубокий стресс со всеми вытекающими последствиями. Можно, конечно, гневаться, бросаться под колеса злополучной колесницы прогресса, но невозможно отменить тенденцию: весь мир приобретает новую глобальную культуру, надстраивающую над локальной, а иногда и замещающую, упраздняющую ее. Или, как сказано в уже цитированной статье: «Многообразие мира, в котором сосуществуют различные культуры знания, сменяется наличием единого центра знаний и периферии с ее филиалами, которые подключены к центру и снабжаются им запрошеными знаниями. В условиях глобального распространения знания из единого центра у локальных, региональных, национальных культур знания не остается шансов на выживание. Они теряют свое оправдание и выглядят рядом с высокоразвитым центром реликтом давно устаревшего, традиционного знания. То, что прежде было другим знанием, принадлежащим к иной культуре, ныне оказывается фальсификатом, пережитком, уцелевшим на периферии. «Видовое богатство» культур сокращается до нескольких систем знания, конкурирующих между собой в одном центре центром за право снабжать весь мир, любой периферийный уголок информацией о том, как надо строить жизнь, руководствуясь единими критериями успеха»<sup>121</sup>.

Все это дает основание для вывода о том, что культура приобретает трехслойный характер. Нижний слой – традиционная местечковая культура, то есть культура города, в котором живет индивид, или культура социальной группы, или иная субкультура. Средний слой – то, что можно назвать общегосударственной культурой, в качестве которой выступает конгломерат ценностей и представлений, признание которых считается обязательным для гражданина определенного государства. Особенно наглядно специфичность этой культуры и ее отличие от так называемой национальной культуры проявляется в государствах типа российского, включающих в свой состав множество племен и народов. Третий слой, возникающий у нас на глазах и становящийся все более мощным, – так называемая глобальная американизированная культура: культура управления и информации, культура «сникерсов» и «тампаксов», культура быстрого питания, однообразной мужской и женской одежды, мощных автомашин, совершенно не нужных на улицах современных городов, и многоного другого, что вызывает ужас у одних и восторг у других.

В этих условиях человек должен приспосабливаться не только к одной, но сразу к трем культурам.

Демократический транзит в России столкнулся с так называемой дилеммой одновременности. Изменения связаны с переходом от тоталитаризма к демократии, от индустриализма к информационному обществу, от закрытого общества к открытому обществу, от культурной гомогенности (национальная по форме, социалистическая по содержанию) к культурному разнообразию. Должны быть преобразованы все стороны функционирования общества, включая детерминированные культурой склад

---

<sup>121</sup> Мюнх Р. Роль журналистики в коммуникационном обществе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.academy-go.ru/Site/JournalPR/Publications/RMunch.html>

ума и образ жизни, экономические основы и политика. В ходе общественной трансформации появляется задача преодоления институциональных, социальных и психических последствий его прежней деятельности.

Традиционные институты трансляции культуры – семья, школа – уже не справляются со своей культуроформирующей функцией. Предлагаемые этими институтами схемы жизнедеятельности оказываются явно неэффективными. Понятно, что в этой ситуации существенно возрастает значение средств массовой информации, которые и берут на себя функцию культурного образования индивида, оперативно предлагая ему многообразные технологии успешного поведения и эффективной деятельности. Поэтому с утилитарной точки зрения любое телевидение, любая газета и прочие СМИ для действующего человека – это инструмент, с помощью которого он ориентируется в существующих «технологиях жизни»<sup>122</sup>.

Организуя отбор и трансляцию информации, СМИ формируют информационные потоки, которые существенно размывают архаичные стереотипы и во многом задают новые стандарты образа жизни, смыслов, ценностей, норм и мотивов социального поведения. Внешне это выражается в деструкции сложившихся канонов, что вызывает праведный гнев хранителей культуры.

И это значит, что на практике мы имеем сегодня глубочайшую драму. Драму каждого из нас, отдельных культур, стран, народов и человечества в целом. Для того чтобы принимать решение о том, как приспособливаться к действительности или как ее менять, мы должны знать, что собой представляет эта действительность, куда мы пришли со своими знаниями, ценностями, нормами. А что мы знаем о сегодняшней действительности? Единственное, что понимает большинство людей, что мир стал другим, и он совершенно непохож на тот, в котором формировалась наша тысячелетняя, двухтысячелетняя, трехтысячелетняя, а местами и пятитысячелетняя культура.

И возникает вопрос. Те знания, ценности, нормы, на основе которых наши пра-пра-прапредки и даже наши родители определяли свои жизненные схемы, жизненные матрицы, – они сегодня работают или нет? Есть основания полагать, что не работают. Вся предыдущая культура отношений, ориентированная на общинное выживание за счет уничтожения соседней общин, или, в крайнем случае, на солидарное выживание за счет уничтожения иных, более далеких общин, себя исчерпала.

Возникают три варианта развития.

**Первый вариант** связан с тем, что я называю «социоцентрической культурой», смысл которой в отчаянной защите «Наших» и противостоя-

---

<sup>122</sup> Другое дело, что так относится к медиа только человек, который реально принимает решения. А большая часть наших сограждан – по моим подсчетам, до 70 процентов – никаких решений не принимает. Они живут, реагируя на те решения, которые принимает кто-то. Тогда медиа превращается в развлечение. Можно сто раз пересмотреть американские фильмы, где пропагандируется активность, самостоятельность и прочее, но ты при этом ничего не будешь делать. Ты не будешь принимать никаких решений. И никакие идеи в твое сознание не проникнут до тех пор, пока ты не станешь действующим субъектом.

нии всем, кто «Не наши». По сути своей – это культура экстремизма, терроризма и пр. Но она дает иллюзию защиты от разрушительных влияний чуждых культур. И миллионы людей не только в России, но и в других странах начинают к ней присматриваться.

**Второй вариант** культурного схематизма, культурной матрицы я называю «эгоцентристской культурой». Яркий образец такой культуры реализован в США, хотя это не исключительно американская культура, следы этой культуры есть где угодно. Здесь главное – «Я». Я – в центре мира. Мир существует для того, чтобы Я состоялся.

**Третий вариант** – культура диалога, культура толерантности.

Сегодня и каждый отдельный гражданин, и СМИ, и культура в целом стоят перед главным выбором: по какому пути идти?

Исследования, проведенные Независимым институтом коммуникативистики, показали, что российские журналисты вполне осведомлены о существовании категории «толерантность» и о тех смыслах, которые вкладывают в это понятие официальные документы 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 45 процентов опрошенных журналистов из Екатеринбурга, 54 процента из Воронежа, 61 процент из Самары, 62 процента из Санкт-Петербурга, 66 процентов из Новосибирска. Примерно такое же количество журналистов считают, что толерантность – это терпимое отношение к чужому мнению, чужим убеждениям.

Однако те же журналисты с легкостью утверждают, что для наведения порядка в наших городах целесообразно ввести жесткое лимитирование проживания приезжих, можно и даже нужно задерживать и допрашивать так называемых подозрительных лиц и т.д. и т.п. Большинство журналистов, как и их читатели, искренне верят в то, что существуют народы агрессивные и народы мирные. Что американцы, если бы у них была такая возможность, непременно постарались бы нас покорить. Что ислам – агрессивное вероучение. Устойчиво отрицательное отношение складывается к таким национальностям, как азербайджанцы, армяне, грузины и китайцы.

Исследование, о котором шла речь выше, показало, что большая часть журналистов ориентированы не на изменения, не на развитие культуры, а на ее сохранение, консервацию, а иногда и реставрацию отживших культурных кодов. Значительная часть опрошенных журналистов считает, что государство должно поддерживать лишь ту культуру, которая ориентирована на воспитание граждан (и особенно молодежи) в духе патриотизма, державности, национального достоинства. Идея придания государственной культурной политике сознательно мультикультурного звучания пока не находит в душах опрошенных журналистов горячего отклика. Ни один из опрошенных не отметил, что государство должно каким-либо образом стимулировать взаимодействие культур или защищать право граждан на право выбора модели культурного развития. Максимум, о чем иногда говорилось, о поддержке этнических культур.

Анализ производимых этими журналистами текстов<sup>123</sup> показал, что отчетливо выраженные интолерантные, иногда весьма агрессивные высказывания содержатся примерно в 40 процентах текстов, опубликованных в СМИ.

Общий вывод из сказанного выше может быть сформулирован следующим образом. Не стоит уповать на то, что критикой «языка вражды» и демонстрацией образцов толерантного поведения можно изменить общую атмосферу в обществе и стране. Понадобится долгий и трудный путь пересмотра многих казавшихся незыблемыми представлений и культурных установок. Какую-то роль в этом процессе могут сыграть и средства массовой информации. При условии, что сами журналисты будут владеть новой профессиональной культурой, которая отвечала бы нынешнему этапу развития России. Вероятно, можно воспользоваться американской концепцией гражданской журналистики, которая хорошо ложится на российские традиции, связанные с журналистикой народничества, качественной журналистикой эпохи Анатолия Аграновского и т.п. А может быть, мы сумеем выработать какую-то свою концепцию новой журналистики. Но ясно одно: нынешняя журналистика, не имеющая отчетливого представления о новых смыслах профессии, плохой помощник в деле формирования толерантности.

*Опубликовано в сборнике «Тетради Международного университета в Москве». – М., 2006. – Вып. 6.*

---

<sup>123</sup> С целью выявления толерантных и интолерантных установок, транслируемых на аудиторию средствами массовой информации, в ходе реализации проекта был проведен анализ самых тиражных общефедеральных и местных изданий, выходящих в 29 регионах России.

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

В каждом регионе в выборку попали местные издания, занимающие 1-3 места по величине рейтинга. Исключались те издания, которые являются региональными модификациями (выпусками) общероссийских изданий – «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», а также собственно общероссийские издания (не имеющие региональных выпусков). В выборку включались только издания газетного типа с универсальной (общественно-политической) тематикой, имеющие электронную версию. Для отбора номеров ежедневных газет использовалась «пошаговая» методика: отбирались номера, выходящие по средам, для газет, выходящих чаще 1 раза в неделю, и все номера еженедельных газет. В каждом номере в выборку включались все материалы, за исключением рекламы, погодных и астрологических прогнозов, игр и т.п. При этом в выборку попали анекдоты, сказки, рассказы, притчи, басни, стихи, мифы.

## ТОЛЕРАНТНОСТЬ: ОТ ПРОГРАММ К СОЦИАЛЬНЫМ ПРОЕКТАМ

*(М.И. Дзялошинская)*

Одной из важных социальных проблем современной России является высокий уровень социального недоверия, нетерпимости, агрессии. В связи с этим в течение нескольких лет дебатируется вопрос о формировании толерантности как принципа социального общежития. Несмотря на то, что понятие «толерантность» имеет множество определений<sup>124</sup>, все специалисты сходятся на том, что толерантность как терпимость к чужим мнениям, верованиям и формам поведения, безусловно, способствует консолидации общества. Именно поэтому в 2001 году Правительством Российской Федерации была принята Федеральная целевая программа «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе (2001-2005 годы)», направленная на разработку стратегии социальной безопасности и согласия в многонациональном российском обществе.

Но почему «программа», а не «проект»? Здесь будет уместно разобраться с этими понятиями.

Необходимость именно в программах (в отличие от проектов и планов) возникает в тех случаях, когда объект управления (объект задуманных преобразований) несоразмерен субъекту, не может быть «схвачен» в едином целостном знании и положен как объект в точном смысле слова. Это может касаться как его пространственных и временных характеристик, так и внутреннего устройства, а чаще касается того и другого. Поэтому программы обычно строятся для управления сверхсложными эволюционирующими системами, то есть системами, живущими своей собственной, в известной мере неподконтрольной нам жизнью. Но управлять эволюционирующей системой – это и значит направлять эволюцию в нужную нам сторону. Если мы руководствуемся при этом идеей развития и имеем необходимое обеспечение, то в результате сможем сформировать соответствующую программу развития – в нашем случае – установок толерантности<sup>125</sup>.

Известно, что в рамках теории управления программирование рассматривается как важнейшее средство организации и самоорганизации. Программы выступают при этом не только и не столько как документы (в

---

<sup>124</sup> Понятие "толерантность" в разных работах трактуется по-разному. Одни понимают под толерантностью терпимость, снисходительность к чужим недостаткам. Другие рассматривают толерантность как способность человека, сообщества, государства слышать и уважать мнение других, невраждебно встречать мнение, отличное от своего. Третьи используют для расшифровки этого понятия такие категории, как дружелюбие, спокойствие, мирная настроенность. Однако все сходятся во мнении, что толерантный человек – это человек, который с уважением относится к интересам, привычкам, верованиям других людей, стремится понять их и достичь взаимного согласия без применения насилия, давления.

<sup>125</sup> См.: Рац М.В. Политика развития: первые шаги в России. – М., 1995.

каковом качестве они хорошо известны), сколько как особые формы организации работ, в принципе отличающиеся от привычной учрежденческой организации.

Содержательно это означает, что:

а) конечные цели преобразований поначалу могут быть сформулированы лишь в очень общей, расплывчатой форме и подлежат уточнению в ходе работы;

б) средства и методы реализации наперед не очевидны или просто отсутствуют и подлежат попутной разработке;

в) реализация замысла требует участия множества специалистов разного профиля и согласования многих разнонаправленных интересов.

Таким образом, можно констатировать, что программа может быть представлена как методологический фундамент вырастающих на ее основе проектов и планов, которые, в свою очередь, представляют собой конкретизацию программы, применительно к различным аспектам проблемы и условиям ее существования. Разработка проектов и планов замыкает программирование, переводя дальнейшую работу из сферы управления в исполнительскую систему.

В этом смысле под социальными проектами принято понимать определенные комплексы действий по улучшению положения какой-либо категории общества. При этом планирование каждого социального проекта состоит из ряда обязательных положений:

1. Определение, четкая формулировка и способы реализации целей и задач, которые необходимо решить в ходе осуществления проекта. Целями проекта должно быть достижение нужных позитивных изменений в установленной сфере.

2. Подробный план исполнения проекта с указанием перечня конкретных мероприятий и времени проведения.

3. Срок завершения и общая продолжительность действия проекта после его окончания. Подразумевается максимально длительный эффект от проделанной работы.

4. Набор показателей, позволяющих оценить успешность осуществления проекта и перспектива дальнейшего независимого развития. Уровень самостоятельности проекта и вероятность заинтересованности в последующем продвижении со стороны разных общественных структур.

5. Определение участников проекта по следующим параметрам: возрастная группа, профессиональная принадлежность, образование.

6. Стоимость проекта. Описание пунктов расходов исходя из установленного предельного объема финансирования.

Основная польза от реализации социальных проектов заключается в гарантированном изменении ситуации и улучшении положения конкретной общественной сферы.

Оценивая деятельность по выполнению Федеральной целевой программы «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе» следует констатировать, что эта программа так и осталась программой. Ее разработчики в силу ряда объективных и субъективных условий не смогли выстроить и реализовать

на базе программных наработок комплекс эффективных социальных проектов, которые увенчали бы многолетний труд эффективными изменениями в массовом сознании россиян.

Разумеется, кое-какие попытки перевести теоретические и методологические наработки в практическую плоскость были реализованы. В частности, ряд социальных проектов был выполнен российскими СМИ. Например, продюсерский центр Интерьюса в течение нескольких лет проводил конкурсы телевизионных передач по проблемам толерантности. В 2001 году в кампании «16 дней активных действий против насилия в отношении женщин» приняли участие 170 телестудий.

Всероссийский телевизионный конкурс «Время действовать» проходил при поддержке Совета при Президенте РФ по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека. В трех зональных турах – Центр (14-16 декабря 2004 г., Пермь), Запад (18-20 января 2005 г., Ярославль), Восток (1-3 марта 2005 г., Красноярск) приняли участие 152 телекомпании. 532 конкурсные работы были представлены в пяти номинациях:

– **Кто мы? Какие мы? Время понять** (репортажи и программы о национальной идее, проблеме шовинизма, национальной нетерпимости, сложности межнациональных отношений, о путях преодоления стереотипов).

– **Кто наш герой? Время искать** (репортажи и программы о героях нашего времени – людях деятельных, неравнодушных, о зависти и нетерпимости к чужому успеху, о преодолении этих стереотипов).

– **Слуги народа? Время служить** (репортажи и программы о власти).

– **Чего мы боимся? Время думать** (репортажи и программы о народных и социальных фобиях, страхах, мифах и путях преодоления стереотипов).

– **Первый шаг. Время помочь** (репортажи и программы о равнодушии и сострадании, о милосердии к «другому» – от инвалидов до ВИЧ-инфицированных; социальные акции телеканалов, результативность которых ощутили жители города или региона).

Сейчас таких масштабных проектов никто не осуществляет, однако кое-какие медийные проекты, посвященные проблеме толерантности, то тут, то там возникают.

В начале 2008 года в Москве запущена Программа воспитания толерантности «Столица многонациональной России», принятая московским Правительством. В рамках ее реализации, в частности, в столице размещаются плакаты с изображением выдающихся москвичей разных национальностей, а также их высказываний о Москве. Кроме того, создаются телефильмы об истории формирования многонациональности России, в телезрелищах размещаться ролики социальной рекламы, направленные на воспитание культуры межнационального общения.

Так, например, в московском метро на многих станциях размещен щит, изображающий различные цветы, на котором написаны слова Аристотеля: «Город – единство непохожих». Это не является прямой рекламой толерантного отношения к ближнему, но, тем не менее, данная акция показывает ценность разнообразия, под которым понимается, в частности, и

этническое. Кроме того, она является нейтральной, то есть не содержит никаких призывов. Можно считать этот рекламный плакат толерантным как по содержанию, так и по средствам, которые были выбраны для донесения идеи.

Косвенно имеющая отношение к толерантности реклама в метро – это, например, щиты с фотографиями детей-сирот и беспризорников, на каждом щите надпись: «Чтобы его жизнь изменилась, участвуй в “Солнечном круге”». («Солнечный круг» – программа на ТВЦ, в студии собираются психологи, педагоги, врачи, представители церкви, депутаты, которые пытаются решить проблемы конкретных детей, присутствующих здесь же). Понятно, что данная реклама (и, соответственно, сама программа) призывает изменить отношение к детской беспризорности, которое сейчас у большинства колеблется от отстраненности, опасений за свое личное благополучие или благополучие своих детей до брезгливости и агрессивности по отношению к беспризорникам. Цель – сформировать в обществе понимание ответственности за судьбы беспризорных детей.

В Петербурге принята программа «Толерантность», в рамках которой намечено размещение щитовой и иной уличной социальной рекламы. Однако, по общему мнению, пока что программу назвать успешной нельзя.

Однако, повторимся, все это отдельные, несистемные попытки, не связанные ни друг с другом, ни с той методологической основой, которая была заложена в Федеральной целевой программе.

Таким образом, неудачу ФЦП можно объяснить тем, что процесс ее реализации был сведен к исследовательскому и медийному компонентам. Были разработаны теоретико-методологические подходы к формированию в российском обществе установок толерантности, были сформированы наборы мероприятий по каждому из направлений ФЦП, фрагментарно они даже выполнялись, однако системного воплощения в реальную действительность эти разработки не получили. А самое главное – гражданское общество, которое должно было стать основным участником реализации программы, осталось на периферии. Между тем, основной особенностью социального проекта, гарантирующей решение лежащей в его основе проблемы, является обязательное вовлечение в реализацию проекта всех социальных групп: власти, бизнес-структур, некоммерческого сектора (структур гражданского общества) и средств массовой коммуникации (СМК). Роль СМК двоякая: с одной стороны средства массовой информации (пресса, радио, телевидение) должны организовывать взаимосвязь заинтересованных в решении проблемы партнеров и модерировать социальный диалог, а с другой – обеспечивать информационное сопровождение социального проекта.

Но для этого СМИ должны не только призывать граждан к толерантному отношению к другим людям, но и вовлекать их в реализацию различных социальных проектов, формирующих практическую толерантность. Чисто просветительские, пропагандистские мероприятия принесут мало пользы. Нужен активный диалог с разными группами населения по

самым разным поводам. Диалог, стимулирующий размышления и поступки, направленные на формирование атмосферы толерантности в российском обществе.

Следует также иметь в виду, что ориентация на использование только медийных ресурсов существенно обедняет возможности повлиять на сознание и поведение населения. Поэтому следует рассматривать как медийные, так и немедийные аспекты организации и проведения общественных кампаний, направленных на формирование толерантного сознания и распространение норм толерантного поведения.

И, кроме того, хотелось бы предостеречь от чрезмерных надежд на то, что с помощью одной или даже нескольких общественных кампаний удастся преобразовать складывавшиеся столетиями или даже тысячелетиями, стереотипы и установки интолерантного сознания и поведения. Необходимо со всей настойчивостью заявить, что речь должна идти о масштабном комплексе программ, проектов, акций, направленных на формирование установок толерантности.

*Опубликовано в сборнике материалов первой  
Международной научно-практической конференции  
«Информационное сопровождение социальных  
проектов в современном обществе». – М., 2010.*

## ИНТОЛЕРАНТНЫЕ ТЕКСТЫ ТОЛЕРАНТНЫХ АВТОРОВ: ПАРАДОКС СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ (М.И. Дзялошинская)

Ни для кого не секрет, что в России весьма высок уровень ксенофобии, антимигрантских настроений и других проявлений интOLERантности. Достаточно часто приходится слышать обвинения в адрес средств массовой информации и работающих в них журналистов в нетерпимости и в том, что присутствующая в текстах СМИ агрессивность усиливает конфликтность в обществе. Однако большинство руководителей СМИ и журналистов с этими обвинениями не согласны, полагая, что они просто демонстрируют весь спектр позиций и мнений, существующих в современном обществе, так как считают, что СМИ, прежде всего, являются трибуной для высказывания различных взглядов.<sup>126</sup>

Пытаясь осмыслить, чем обусловлено повышение уровня интOLERантности в современной России и какую роль в этом процессе играют СМИ, журналисты в ходе ответа на соответствующие вопросы анкеты предположили, что главная причина роста агрессии в обществе – низкий уровень жизни. В психологическом плане такое предположение не лишено оснований: хорошо известно, что одним из факторов повышения активности населения (в том числе и антисоциальной) является депривация (и чаще всего депривация именно социальная). На второе место журналисты поставили низкий образовательный, культурный уровень населения. Достаточно самокритично поступили журналисты, в качестве третьей причины назвав пропаганду нетерпимости, агрессивности и ксенофобии, осуществляющую СМИ. Но в собственной интOLERантности, разумеется, не признался ни один из участвовавших в опросе журналистов.

Однако эти же исследования показывают, что в текстах СМИ, так или иначе затрагивающих темы, находящиеся в проблемном поле толерантности / интOLERантности, фиксируется довольно высокий градус агрессии.

---

<sup>126</sup> В статье использованы материалы исследований, проводившихся в Независимом институте коммуникативистики в течение 2002 – 2006 годов и в Высшей школе экономики в 2006-2011 годах: «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.), «Иновационные технологии бизнес-коммуникаций: стратегии и тактики» (2010-2011 гг.).

Отчетливо выраженные интолерантные высказывания содержатся примерно в 40 процентах текстов, публикуемых в федеральных и региональных СМИ.

Анализ показал, что в модели действительности, конструируемой российским СМИ, существует значительное количество образов «чужих», изображаемых СМИ в негативном свете. Прежде всего, это представители власти (чиновники и действующие политики независимо от политической, региональной и др. принадлежности эгоистичны, корыстны и безнравственны). Далее идут представители различных народов (например, эксплуатируется стереотип о «врожденной преступности кавказцев»), «богатые» и «олигархи» (от их воровства и нечистоплотности страдают простые люди). Далее в перечне «чужих» – мигранты и приезжие, которые описываются как нарушители порядка. Затем идут различные религиозные конфессии (демонстрируется положительное отношение к православию и в той или иной мере негативное ко всем остальным конфессиям). В качестве «чужих» выступают представители некоторых социальных групп: бомжи, алкоголики, ВИЧ-инфицированные, геи, лесбиянки и т.п. (они воспринимаются как неприятные и опасные соседи). И, наконец, присутствует такой универсальный «чужой», как Запад.

Следует отметить, 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.).

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

Таким образом, вновь подтвердилась уже многократно зафиксированная тенденция повышения субъективности в профессиональной деятельности журналистов, что связано со стремлением обеспечить не только информирование, сколько воздействие на общественное сознание и массовую психику. То есть, комбинируя слова определенного содержания и эмоциональной окраски, журналисты вводят аудиторию в соответствующее психологическое состояние и формируют заданное отношение к тем, кто должен восприниматься как «чужой».

При этом отмечается, что журналисты, рассказывающие о случаях немотивированной агрессии, описывающие и показывающие места преступлений и терактов и др., с каким-то особым упоением, что называется «взахлеб», живописуют жестокость, с которой участники насильственных акций расправляются друг с другом, подробно расспрашивают жертв и свидетелей, подолгу и пристально показывают слезы на лицах родственников погибших т.д. Вероятно, таким образом журналисты пытаются вы-

звать сострадание к потерпевшим и возмущение действиями людей, учи-няющих беспредел. Однако довольно часто реакция общества оказывается прямо противоположной: массовое сознание не настраивается на борьбу с насилием, а наоборот, начинает либо воспринимать его как есте-ственный элемент жизни, либо восхищаться националистами, с желез-ными ломами или бейсбольными битами в руках доказывающими тезис «Россия для русских».

Возникает вопрос: как совместить субъективную уверенность боль-шинства журналистов в своей непричастности к росту ксенофобии с оче-видной интOLERантностью многих публикаций и выступлений в СМИ?

Очевидно, дело здесь не только в том, о чем и что пишут журналисты, но и в том, как они это делают: какими словами выражают свои мысли, какие стилистические конструкции используют, чьи высказывания цити-руют и т.д. Таким образом, иногда не желая того, журналист проявляет себя – и воспринимается читателями – как личность, продвигающая в об-щество экстремистские настроения, провоцирующая агрессию. То есть, говоря о толерантности/интOLERантности в текстах СМИ, надо иметь в виду, что, с одной стороны, это явление, безусловно, связано с тем, что журналисты, по роду своей деятельности призванные отражать события и ситуации реальной действительности, не могут обойти вниманием учаща-ющиеся случаи проявления агрессии. Но, с другой стороны, для обсужде-ния таких случаев можно выбрать способы и средства, которые вызовут у читателей реакцию отторжения и желание противостоять нарастающей волне интOLERантности, а можно преподнести ситуацию как объективно-объденную, а то и вполне приемлемую.

И поэтому для того, чтобы понять, почему из-под пера журналистов, воспринимающих себя как людей толерантных, выходят тексты, содержа-щие явную или скрытую агрессию, необходимо прояснить некоторые важные моменты.

Прежде всего, необходимо обратить внимание на мотивацию авторов интOLERантных текстов. Признавая, что отдельные журналисты действи-тельно распространяют в СМИ экстремистские настроения, около полу-вины опрошенных журналистов объясняют такое поведение, в первую очередь, материальными соображениями. Как было написано в одной из анкет: «Некоторые журналисты делают то, за что им платят больше. Сле-довательно, надо не на журналистов «бочки катить», а искать заказчика». Тогда возникает вопрос: Кому выгодно распространение таких взглядов? Кто за это платит?

Более трети участников опроса предположили, что те, кто так посту-пает, либо не понимают, что делают, либо просто хотят привлечь к себе внимание. И в том, и в другом случае мы имеем дело с изъянами в про-фессиональной этике: журналисты, которые не ведают, что творят, или использующие любые способы для того, чтобы стать популярными... Удручающий этический выбор!

И, наконец, небольшое количество опрошенных журналистов вынуж-дены были признать, что среди их коллег встречаются люди, в целом раз-деляющие массовые интOLERантные предрассудки.

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?

Главным средством опрошенные считают соблюдение всеми журналистами профессиональных этических кодексов. Важное значение журналисты 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.

Формулируя некую позитивную программу действий, осуществляя которые СМИ могли бы более энергично способствовать становлению толерантного сознания в российском обществе, опрошенные журналисты выделили следующие направления своей деятельности (в порядке убывания популярности):

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;

2) отражать разнообразие культурных ценностей, идей и мнений в обществе;

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

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

5) способствовать выработке у населения норм толерантного поведения и навыков межкультурного взаимодействия.

Подводя итог размышлениям о том, как снизить уровень интолерантности СМИ, необходимо вспомнить, что одной из важнейших функций СМИ (как это и говорили участвовавшие в опросе журналисты) является предоставление всем желающим возможности высказывать свои мнения, вести общественно-значимый диалог. Однако речь должна идти не о простом предъявлении, демонстрации разных мнений, а о **модерировании общественной дискуссии**, вовлечении в процесс обсуждения актуальных проблем разных участников, в том числе и тех, кто по каким-то причинам уклоняется от такого участия, своим молчанием способствуя предоставлению медиатрибуны энергичным крикливым индивидам, которые узурпируют право на выражение своего мнения в качестве общественного. Но такое модерирование требует от журналистов высочайшего профессионализма и этической ответственности, которые не позволят превратить дискуссию в нагнетание конфликта, а толерантным журналистам стать авторами интолерантных текстов.

*Сборник научных статей I Международной научно-практической конференции «Толерантность в современном мире: опыт междисциплинарных исследований». – Ярославль, 2011.*

## СМИ КАК РЕСУРС МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМА И ТОЛЕРАНТНОСТИ

*(М.И. Дзялошинская)*

Глобализация рассматривается некоторыми российскими публицистами как апокалиптическое зло, насыляемое на народы зловредными транснациональными корпорациями. Сторонники такого толкования глобализации не хотят видеть очевидное: современный мир представляет собой множество интенсивно взаимодействующих между собой народов, религий, культур. И специфика этих взаимодействий требует, с одной стороны, построения открытых отношений между представителями различных культур, а с другой – перед каждым народом стоит задача сохранения своей идентичности. Таким образом, стратегия межнационального, межконфессионального общения в глобализирующемся мире должна опираться на новые правовые, нравственные и социальные нормы, регулирующие эту сложную сферу человеческих отношений на основе мультикультурализма и толерантности в противовес шовинизму и конфронтации.

При этом акцент должен ставиться именно на мультикультурализме. Этим понятием обычно обозначают комплекс идей и действий различных социальных субъектов (государственных и иных организаций), направленных на равноправное развитие различных культур, преодоление дискриминации различных групп населения во всех сферах общественной жизни, обеспечение равных шансов при трудоустройстве и получении образования, отмену скрытых и явных препон в административной карьере и т.д. Другими словами, мультикультурализм означает содействие существованию различных культур и в одной отдельно взятой стране, и в глобализирующемся мире в целом. Все это дает основание для вывода о том, что мультикультурализм представляет собой не просто этическую доктрину, но и определенную политическую программу, государственную политику, характерную для государств, стремящихся способствовать формированию открытого общества.

Вошедшее в нашу жизнь понятие «толерантность» тоже нуждается в некотором уточнении. В разные эпохи и у разных авторов понятию «толерантность» приписывались разные значения, коррелирующие с постоянно меняющейся действительностью, которая преподносит разнообразные проявления нетерпимости, требующие новых средств ее преодоления. Одни понимают под толерантностью терпимость, снисходительность к чужим недостаткам. Другие рассматривают толерантность как способность человека, общества, государства уважать мнение других, невраждебно встречать взгляды, отличные от своих. Третий используют для определения этого понятия такие категории, как дружелюбие, спокойствие, мирная настроенность. Однако все сходятся во мнении, что толерантный человек – это человек, который с уважением относится к интересам, привычкам, верованиям других людей, стремится понять их и достичь взаимного согласия без применения насилия, давления.

Другими словами, если мультикультурализм означает содействие существованию различных культур в одной стране или в целом мире, то

толерантность выступает как психологическая или социально-психологическая характеристика индивидов и социальных групп, проявляющаяся в их взаимодействии с другими индивидами или социальными группами. Таким образом, мультикультурализм и толерантность представляют собой тесно связанные, но не идентичные понятия.

Россия является полиглоссальным, полирелигиозным, поликультурным обществом. На территории нашей страны проживают представители более ста восьмидесяти национальностей, которые имеют свою историю, обладают уникальными особенностями материальной и духовной культуры. Исторически сложившийся многонациональный состав населения Российской Федерации обязывает изучать, сохранять и развивать все богатство и многообразие существующих культур, воспитывать уважение к представителям всех наций и народов. Именно поэтому проблемы мультикультурализма и толерантности для России чрезвычайно важны. Именно поэтому есть настоятельная необходимость бороться за то, чтобы и на уровне управленческой практики (включающей деятельность органов власти, правопорядка, различных социальных структур), и на межличностном уровне обеспечивалось уважение прав человека и основных свобод для всех, без различия по признаку расы, пола, языка, национальной принадлежности, религии или состояния здоровья. На государственном уровне такой подход требует соблюдения закрепленных в законах судебно-процессуальных и административных норм, предоставления каждому человеку возможностей для экономического и социального развития без какой-либо дискриминации. На личностном уровне этот подход должен реализоваться в признании права другого быть другим.

К сожалению, в настоящее время для многих россиян характерны ненависть к приезжим, желание «очистить Россию от иностранной скверны», искоренить «нетрадиционные религии» и т.д. Участились проявления нетерпимости, терроризма, ксенофобии, агрессивного национализма, расизма, отчуждения и дискриминации по отношению к национальным, этническим, религиозным и языковым меньшинствам, беженцам, рабочим-мигрантам и социально наименее защищенным группам в обществах. Есть факты насилия и запугивания в отношении отдельных лиц, осуществляющих свое право на свободу мнений и выражение убеждений.

Эта ситуация, безусловно, требует активизации деятельности СМИ по формированию «системы иммунитета» к этнической и религиозной агрессивности, стимулирования интереса журналистов к концептуальным основам культурной политики властей как на уровне России и конкретных субъектов Федерации, так и на глобальном – межгосударственном уровне. С помощью СМИ возможно обеспечить прозрачность процесса принятия решений в сфере культурной политики, функционирования и взаимодействия национально-культурных автономий и т.д.

Однако вместо того, чтобы продвигать в обществе идеи мультикультурализма и толерантности, российские СМИ, регулярно освещдающие в определенном ключе национальные вопросы, энергично поддерживающие участников различных этнических и конфессиональных конфликтов

и попутно внедряющие в сознание людей негативные стереотипы, вносят свой вклад не только в формирование бытового расизма, но и в оправдание действий различных структур, проводящих дискриминационную политику.

Как показали проводившиеся на протяжении 10 лет исследования электронных версий федеральных и региональных печатных СМИ, около 40% всех публикаций содержат отчетливо выраженные признаки интолерантной интенции. Причем эта величина остается практически постоянной на протяжении всего периода исследований. В настоящее время российские СМИ активизируют основные факторы интолерантности: усиливают общую или специфическую ситуацию напряженности, при которой повышается агрессивность и нетерпимость социальных групп или отдельных индивидов, формируют эгоцентрический тип культуры межличностных и социальных отношений.

Столь высокий уровень интолерантности СМИ обычно объясняют социальным запросом, то есть напряженным состоянием современного российского общества, высоким уровнем катастрофизма ожиданий массовой аудитории. Однако есть основания предполагать, что дело не только в том, что российская пресса удовлетворяет некие запросы определенной части аудитории, но и в том, что российская журналистика столетиями пользовалась профессиональными технологиями агрессивной пропаганды и у нее нет ни традиций, ни опыта ведения толерантного диалога. Исследование деятельности российских СМИ показало, что глубокие традиции российской журналистики ориентируют журналистов на противостояние, на агрессию, на формирование у аудитории резко негативного отношения к тем или иным нациям, конфессиям, социальным группам. Для этого используются различные средства: подбор тематики, специфическое комментирование, использование дискриминирующей лексики и стилистики. Очевидно, что разговор с аудиторией на таком «языке вражды» не может способствовать продвижению в общество идей толерантности и мультикультурализма.

Формулируя причины, по которым в периодических изданиях появляются материалы, способствующие распространению экстремистских настроений в обществе, сами журналисты достаточно часто фиксируют тот факт, что наиболее сильным стимулом в пользу подготовки таких публикаций являются деньги. Правда иногда журналисты сознаются в том, что не очень отчетливо осознают последствия своей деятельности (в скобках заметим: неизвестно, что страшнее – откровенно циничный журналист, или тот, который не ведает, что творит...).

Для предотвращения экстремистских выступлений в российских СМИ, по мнению представителей журналистского сообщества, необходимо, во-первых, соблюдать профессиональные этические кодексы журналистов, во-вторых, внедрять идеи и дух толерантности и гражданской ответственности в деятельность журналистов и, в-третьих, укреплять федеральную и местную законодательную базу и добиваться ее строгого выполнения.

Сами СМИ, для того чтобы способствовать формированию толерантного сознания и препятствовать распространению экстремизма и насилия

в России, должны, прежде всего, формировать уважение у своих аудиторий к существующему разнообразию культур, доброжелательно показывать разнообразие ценностей и идей, которых придерживаются разные люди, раскрывать антиобщественную природу экстремизма в различных его проявлениях.

В современном российском медиа-пространстве наблюдается биение трех противоборствующих сил, позиционирующих СМИ 1) как бизнес, 2) как институт влияния, 3) как средство диалога, как институт гражданского общества. Первые два направления пока явно лидируют. Можно предположить, что с этим в немалой степени связано нежелание большого количества журналистов и руководителей СМИ активно участвовать в «толерантизации» общества: это дело сиюминутно неприбыльное, а вложение сил и средств в социальные акции, которые в отдаленном будущем, возможно, принесут дивиденды в виде цивилизованного, гуманитарно-настроенного общества, нынешних тружеников пера и микрофона не особенно привлекает.

Из этого следует, что для усиления роли СМИ в становлении в обществе установок толерантности необходимо многое менять в самосознании журналистов и в деятельности структур профессионального журналистского сообщества. Понижение уровня агрессивности СМИ требует не только осознания журналистами значимости этой проблемы, но и овладения принципиально новым инструментарием профессиональной деятельности, обеспечивающим организацию массового диалога между всеми участниками социальных процессов. «Диалог – ключ к толерантности» – так может быть сформулирована суть новой профессиональной культуры журналистов.

*Опубликовано в сборнике материалов XI Международных  
Лихачевских научных чтений. – СПб., 2011.*

## ДЕСЯТЬ «СМЕРТНЫХ ГРЕХОВ» ЖУРНАЛИСТИКИ ГЛАЗАМИ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ

*(И.М. Дзялошинский  
М.И. Дзялошинская)*

### В чем проблема?

Когда мы поступали на факультет журналистики, когда учились на первых курсах, мы – почти все, особенно те, которые не работали в практической журналистике до поступления, – представляли свою будущую профессию как призвание, как возможность сделать жизнь справедливее, а людей добрее. Однако по мере взросления и активизации общения с журналистами и журналистикой истончался – вплоть до полного исчезновения – идеалистический флер профессии. Перефразируя Булгакова, можно сказать, что погружение в профессию постепенно разоблачало обманы и когда все закуулки профессионального бытия оказались освещенными, «все обманы исчезли... утонула в туманах колдовская нестойкая одежда», обнажив реальный облик современной журналистики. Некоторые, не выдержав разоблачений, ушли в иные профессиональные сферы; некоторые приспособились и нашли определенные выгоды в профессиональной реальности; некоторые посвятили себя всестороннему изучению феномена под названием «журналистика», в том числе и системы взаимоотношений, складывающихся между журналистами, аудиторией, обществом, жизнью.

Не секрет, что современная российская журналистика весьма неоднозначно воспринимается общественностью, достаточно часто приходится слышать, читать вполне обоснованные претензии в адрес СМИ по тем или иным поводам. В чем только ни обвиняют журналистику и журналистов! Буквально во всех смертных грехах... Самое печальное, что сами журналисты, как правило, отдают себе отчет в том, как к ним относятся те, для кого – по большому счету – они должны работать: их читатели, слушатели, зрители. А знают ли студенты-старшекурсники, будущие журналисты, в чем обвиняют люди выбранную ими профессию и ее представителей, и если знают, то что по этому поводу думают? Чтобы получить ответ на этот вопрос студентам 4-го курса дневного отделения факультета журналистики МГУ было предложено написать эссе на тему «В чем обвиняют журналистику?», в которых они не только формулировали свои претензии к профессии, но и приводили примеры из различных СМИ. Результаты трехлетнего исследования оказались ошеломляющими. Выяснилось, что студенты прекрасно осведомлены об основных пунктах общественного негодования по поводу СМИ. И не просто осведомлены, но и – как правило – полностью разделяют этот гнев. Что же именно возмущает будущих корифеев клавиатуры, микрофона и камеры в деятельности российских СМИ?

Для обозначения предметов негодования используем упомянутое выше понятие «смертный грех». Этим понятием в **христианстве** обозначают **грехи**, которые ведут к **гибели души**. Есть еще одно любопытное толкование. «По слову преподобного Иоанна Лествичника, смертный грех – это грех, который не признают грехом и в котором не хотят касться»<sup>127</sup>.

Не будем вдаваться в рассмотрение тех страстей, которые смертными грехами считают священнослужители, а сразу перейдем к профессиональным грехам. Первая десятка претензий к СМИ выглядит следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

### Иерархия претензий, предъявляемых к журналистике (в % к числу опрошенных)

<i>№№</i>	<i>Название «греха»</i>	<i>%</i>
1.	Вторжение в частную жизнь	18,4
2.	Навязывание недостоверной повестки дня. Создание иллюзорной картины мира	14,5
3.	Формирование нереалистичных жизненных сценариев	12,3
4.	Травматизация психики людей, формирование чувства страха и безысходности	12,3
5.	Уничтожение репутации (нанесение урона репутации)	10,0
6.	Разрушение моральных устоев	9,5
7.	Разжигание социальной агрессии и нетерпимости	6,7
8.	Засорение и отравление умов детей и подростков	6,2
9.	Создание и навязывание стереотипных образов (идолов и отверженных)	5,0
10.	Насаждение мракобесия (продвижение мистики)	5,0

### «Грехи» как они есть...

#### 1. Навязывание недостоверной повестки дня. Создание иллюзорной картины мира.

Общественность и аналитики давно бьют тревогу по поводу того, что создаваемый СМИ образ реальности очень далек от оригинала. Речь идет и об откровенном обмане, и о выборочном информировании, и о навязывании «повестки дня» и о многих других способах введения аудитории в заблуждение.

Очевидно, что в наши дни образ окружающего мира для современного человека в большей степени формируется коллективной деятельностью средств массовой информации: индивид фактически наблюдает действительность «глазами СМИ». При этом, отражая те или иные события, СМИ

<sup>127</sup> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tusk.ru/fsvod.php?date=2008-03-14>

создают особую медиареальность (то есть «псевдореальность», существующую параллельно с действительной)<sup>128</sup>, иногда заметно отличающуюся от реальной действительности. Аудитория, зачастую не имея возможности проверить сообщения СМИ, вынуждена доверять им, принимая медиа-реальность за подлинную, а события, попадающие в фокус внимания СМИ, – за действительно важные.

Не ощущая подмены действительности, предлагаемой медиа-реальностью, аудитория выстраивает свои отношения с окружающим миром, ориентируясь во многом на интерпретации, которые предлагают СМИ. Понятно, что реальность, создаваемая средствами массовой информации, в силу ряда причин (однообразие информационных поводов, трактуемых СМИ как важные; политический или экономический заказ; личные пристрастия руководителя СМИ) не может полностью совпадать с истинной действительностью. Но, подаваемая как подлинная, в сознании аудитории она с легкостью подменяет как реальные события, так и их интерпретацию.

Из студенческого эссе: «Если черпать информацию об окружающем мире и жизни нашей страны только из журнала «StarHit», выясняется:

- а) в России живет несколько десятков человек, все они знамениты;
- б) кроме них есть некое количество обычных граждан, вся жизнь которых сводится к шокирующим криминальным историям, а также к необычным занятиям в свободное время;
- с) в этом мире ничто не занимает россиян так, как личная жизнь известных людей.

Такой замкнутый мирок...».

### **2. Создание и навязывание стереотипных образов (идолов и отверженных).**

Всероссийское исследование ВЦИОМ 2004 года показало, что кумиры современной российской молодежи – это прежде всего поп- и рок-звезды, представители «золотой молодежи», успешные бизнесмены, олигархи, герои телесериалов, спортсмены. Политики оказались в арьергардном положении (за исключением В. В. Путина).

Аналогичное исследование, проведенное в 2009 году аналитической службой Тимура Бекмамбетова совместно с Фондом «Общественное Мнение»<sup>129</sup>, показало, что в то время не было публичных фигур, которые воспринимались бы россиянами всех возрастов как «настоящие герои». Кумиром российской молодежи стал былинный персонаж, богатырь Илья Муромец, на втором месте у тех, кому еще нет 30, – главный герой телесериала «Бригада» Александр Белов (Саша Белый). В реальной жизни – в настоящем и прошлом – четверть опрошенных молодых россиян «настоящих героев» вообще не видят: Вместе с тем тройка лидеров среди публичных фигур современности и исторических личностей все же есть: это Георгий Жуков, Юрий Гагарин и Владимир Путин.

---

<sup>128</sup> Понятие «медиареальность» рассматривается в следующих работах: Кастель М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000.; Луман Н. Реальность масс-медиа. – М., 2005.; Маклюэн М. Понимание медиа. – М., Жуковский, 2003.

<sup>129</sup> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fomgeneration.wordpress.com/tag>

По мнению президента Фонда «Общественное Мнение» Александра Ослона, «опрос показал, что в сознании людей существуют “герой-идеал” и “герой-победитель”. “Герой-идеал” – это человек, на которого хочется равняться, до которого хочется дотянуться. Когда россияне говорили о реальных героях, они чаще говорили о героях-победителях. Жуков победил немцев, Гагарин – космос, а Путин – хаос». А это и есть – сотворение мифов.

По мнению одного из авторов эссе, «в материалах портала «Желтая пресса» довольно часто вырисовывается нелицеприятный образ американцев. Так уж повелось, что в России принято считать жителей Америки «тупыми». «Американец спалил собственный дом, чтобы прогнать белок» (17.03.2011) – эта заметка повествует о том, как человек, пытаясь спасти от белок, которые атаковали его дом, случайно его поджег. В принципе, в ней нет ничего ужасного, просто она преподнесена таким образом, что читатель может подумать, мол, ну да, американцы идиоты, это неудивительно. Автор материала выбрал иронический стиль, как бы подтверждающий «всенародное» мнение о том, что интеллектуальный уровень жителей США оставляет желать лучшего.»

### **3. Формирование нереалистичных жизненных сценариев.**

Под сценарием здесь подразумевается схема, касающаяся определенного образа жизни или вида деятельности. Сценарий обычно охватывает всю жизнь человека. Он основывается на решениях, принятых в детстве, и на родительском программировании, которое беспрестанно подкрепляется. Сценарии черпают из СМИ, а также из других источников. Знакомясь с примерами действий, следующих какому-то сценарию, мы формулируем для себя этот абстрактный сценарий, и он постепенно оседает в нашей долговременной памяти. Затем эта схематичная структура каких-то действий используется для интерпретации последующих примеров этих действий.

Детские комиксы, «мыльные оперы», непрерывные убойные сериалы – это все способы вписывания в наши поведенческие программы неких жизненных сценариев. Анализ показал, что российские СМИ изо дня в день предлагают своей аудитории четыре основных сценария:

- Жизнь как успех;
- Жизнь как развлечение;
- Жизнь как потребление;
- Жизнь как игра.

Студент в своем эссе пишет: «Сценарий «Жизнь как успех» есть основа «StarHit» и всех подобных изданий. Успех культивируется, возводится в абсолют. Важно быть успешным. Какими способами и, главное, зачем, никого не волнует. Ты успешен – ты VIP-персонаж, ты не успешен – ты никого не интересуешь. В целом, можно принять то, что человеку надо к чему-то стремиться, чего-то добиваться. Но в данном случае успехом называется медийность, известность, узнаваемость лица.

«StarHit» проповедует сценарий «Жизнь как развлечение», согласно которому человек должен брать от жизни все. Посещать светские мероприятия, отжигать на дискотеках, жить ночью и спать днем.

Потребление как образ жизни смело продвигается журналом и приобретает даже вид некоей деятельности. Человеку объясняют, что идеальная жизнь – это найти средства для того, чтобы ходить как на работу в магазин, клуб, салон красоты.

Жизнь как игра. «Переделать себя и не стать чудовищем» – так звучит один из заголовков. Речь идет о пластической хирургии. Читателю предлагается точка зрения, что делать операции – отличная игра, главным героем в которой является сам человек, пластилиновый человек. Желание перевоплощения – не игра ли это? Измениться и стать другим человеком хотя бы внешне – абсолютно нормально! Во всяком случае, нигде не звучит нечто вроде «полюби себя таким, какой ты есть».

### **4. Разрушение моральных устоев.**

Тема секса присутствует во множестве материалов, публикуемых СМИ. Не говоря уже о том, что эта тема постоянно эксплуатируется в рекламе, особенно такой продукции, как духи, одеколон, средства для ухода за кожей после бритья, а также в рекламе покрышек, автомобилей и кухонных раковин. Реклама, конечно, продукт не журналистской деятельности, однако уважающее себя и своих читателей издание не менее внимательно, чем к публикуемым материалам, относится к тому, в каком виде появляется на его страницах реклама.

И еще один пример из эссе: «Призывов убить, украдь, донести и прочих на страницах «StarHit», конечно, нет. Однако грех прелюбодеяния, равно как и эксплуатация темы секса, расцветают во всей красе.

№16/2011, статья «Враг народа» (об «опальной беспартийной балерине»). На всю страницу – фотография обнаженной Волочковой. Текст – о конце политической карьеры балерины в «Единой России».

В том же номере заголовок: «Найти мужа – как шубу купить». О каких вообще семейных ценностях мы говорим?

Обложка №11/2011 «Ксения Бородина: 4 причины расстаться с мужем». Почему телеведущая стала экспертом в подобном вопросе? И почему нет статьи «Как сохранить семью?»

№14/2011 – «Свадьба нам особо и не нужна». Дело ваше, никто не судит. Но обычный читатель воспримет это иначе. Зачем жениться? И так дети вырастут! Возможно, мой взгляд слишком патриархален, но не случится ли в этом случае полный бардак?! Кто за кого, кто с кем?

№15/2011 – главная публикация номера: «В постели с Примадонной». Понятно, что аудиторию привлекают таким отвязным заголовком, но журнал идет и дальше – интервью Малахов брал действительно на кровати. Почему? Потому что, по мнению издания, нет ничего плохого в том, чтобы лечь вместе со звездой (пусть для безобидного разговора).»

### **5. Разжигание социальной агрессии и нетерпимости.**

«Мужчина не плачет, не говорит. Он просто бьет. Молча». Этую рекламную подводку к фильму «Боец» можно сделать эпиграфом к данному греху журналистики.

По данным различных исследований, до 40 процентов материалов, появляющихся в российских СМИ, «заряжены» агрессией. Это и прямые призывы к насилию и дискриминации; и косвенные указания на врагов России, и высказывания, оправдывающие насилие и дискриминацию различными обстоятельствами, и приписывание исторических преступлений той или иной этнической или религиозной группе (например: мусульмане всегда насаждали ислам огнем и мечом); и утверждения о криминальности той или иной этнической группы (например: цыгане — воры); и обвинения той или иной этнической группы в попытке захвата власти и негативном влиянии на общество или государство (например: евреи захватили всю нефть и банки), и отрицание гражданства (например: нечего чеченцам приезжать к нам в Россию).

В одном из студенческих эссе этот «грех» журналистики проиллюстрирован таким примером: «Россия для нерусских. Официальной идеологией нынешней России является русофobia.

...Надо было присыпать СМС-сообщения на телефонные номера, которые были даны по ТВ и в Интернете и ответить на вопрос: какой ты хочешь видеть Россию? Я отправил СМС с одним словом: «Русской»...

...Люди, которые приехали сюда, считают абсолютно естественным тот факт, что у них должно быть больше прав, чем у нас. Причем, они считают это открыто и всячески демонстрируют своими действиями...

...Сейчас популярно слово «толерантность», т.е. «состояние организма, при котором утрачивается способность вырабатывать антитела в ответ на введение антигена». Иными словами, это подавление иммунитета, т.е. способности защищаться. Судя по поведению русских, наш иммунитет окончательно подавлен...

...Супостату, чтобы нас окончательно добить, надо у нас отнять культуру, язык, историю, а главное, стыд и совесть...

...То, что делали бледнолицые братья с коренным народом Америки, то сейчас делают с нами. Это выдавливание с территорий, спаивание, разграбление национальных богатств и т.д. Только теперь мы, русские, оказались на месте индейцев. Мы — индейцы, и нас ждет такая же незавидная судьба, если только мы не возьмем в свои руки власть в своей же стране...» (Источник: Агентство политических новостей / <http://www.apn.ru/publications/article22133.htm>).

### **6. Насаждение мракобесия (продвижение мистики).**

Согласно академику В.В. Виноградову, русское слово «мракобесие» возникло благодаря писателю Бестужеву-Марлинскому, который именно так перевёл в 1810-х годах французское выражение «la manie des ténèbres». Сегодня под словом «мракобесие» подразумевается враждебное отношение к просвещению и науке, прогрессу вообще.

Мракобесие заполонило теле- и радиоэфир, печатные СМИ, Интернет. Расцветает всякого рода мистика. По телевизору в прайм-тайм показывают фильмы о НЛО и пришельцах, об оборотнях. Эти фильмы позиционируются как научно-популярные, а не как фантастические. Телеэфир полон выступлениями экстрасенсов и лжеученых. Страницы газет изоби-

люют предложениями магии и ведовства. Прогнозы астрологов стали нормой жизни нашего общества. Среди СМИ, особо рьяно насаждающих мракобесие, можно отметить телеканал «ТНТ», телеканал «ТВЗ». Среди печатных СМИ – газеты «Оракул» и «Тайная Власть».

Цели авторов антинаучной ереси разнообразны: они варьируются от продажи чудодейственных препаратов-снадобий-талисманов до поднятия эфирного рейтинга. Концентрация мракобесия достигает максимальных показателей в бульварной прессе и псевдодокументальных передачах на ТВ, специализирующихся на так называемых журналистских расследованиях.

Мракобесие в российской прессе многолико. Для введения в заблуждение даже эрудированного читателя используются характерные приемы: научообразный язык, ссылка на мифических специалистов из несуществующих НИИ, отсылка к ложным статистическим данным, искажение фактов вкупе с претенциозными и лишенными оснований выводами. Читателя заманивают рекламными разворотами с многочисленными объявлениями от имени магов, колдунов и экстрасенсов, предлагающих аудитории свои услуги.

Вот один интересный случай, рисующий портрет человека, доверяющего таким статьям и объявлениям. Человека, способного стать жертвой всякого рода мошенников:

Пришла недавно, в мой магазин некая женщина лет 45. И поинтересовалась у продавцов наличием "самого лучшего устройства для прослушивания звуков на компьютере". Магазин, надо заметить, у меня компьютерный, так что удивила нас именно постановка вопроса. После выяснения нюансов стало понятно, что нужен ей CD-ROM, но обязательно "самый лучший для прослушивания звуков", так как ей нужно три раза в день прослушивать специальный лечебный компакт диск.

По ее словам, на этом диске (приобретенном на семинаре в Москве, участие в котором принимали еще порядка 300 человек, купивших такие диски) записаны специальные лечебные мелодии, в которых вставлены неслышимые живительные импульсы, лечащие от всех болезней. И слушать надо его трижды в день перед едой по 30 минут.

И приобрела она его, внимание, за 47000р!

Да-да! За сорок семь тысяч рублей!

На вопрос, можно ли посмотреть на это чудо, нам была показана CD-R болванка SmartBuy с клубничкой, в слимовом кейсе. На все наши попытки пояснить женщины, что ее обманули и нужно идти в милицию, она ответила, что мы еще очень далеки от этого просветления, а на наше предложение бесплатно скопировать диск и раздать его всем ее родственникам, которым она собралась купить такие же, она сказала, что ей уже объяснили, и эти сигналы при копировании пропадают.

Уговорив дать нам диск на минутку, и вставив его в привод, мы обнаружили на нем десять mp3 треков групп Era, Enigma и др., объединенных тегом Enigmatic Hits IV, с битрейтом 192.

Цена болванки smartbuy в точках розничной продажи Москвы где-то около 10 рублей. Несложно понять, что рентабельность такого бизнеса измеряется в цифрах с большим количеством нулей. В тоже время эти диски

рекламируются в нескольких московских изданиях и о них пишутся развернутые статьи.<sup>130</sup>

Архиепископ Уфимский и Стерлитамакский Никон обратился с письмом к генеральному директору «Первого канала» Константину Эрнstu с требованием «остановить производство телепередач, пропагандирующих оккультные антинаучные знания и методы оздоровления». «Это просто невероятно! XXI век на дворе, и я, архиерей Русской Православной церкви, не раз ложно обвиняю в противлении научному прогрессу, встаю на защиту науки и просвещения, в то время как "прогрессивная элита" масс-медиа тиражирует на многомиллионную аудиторию лженаучные знания, средневековое мракобесие и суеверия», – отметил в обращении представитель РПЦ.<sup>131</sup>

«Наличие «мракобесных» материалов напрямую связано с уровнем СМИ. Издания, позиционирующие себя как качественные, от подобных материалов воздерживаются. Качественно-массовые газеты находятся «на грани фола» или позволяют себе небольшие «грешки» в виде гороскопов. Массовые газеты наподобие «Комсомольской правды» действительно переполнены «мракобесием». Что привлекает большое внимание аудитории и позволяет газетам поддерживать большой тираж: к сожалению, за счет низкого состояния здоровья и умов граждан.

Связь же между наличием темы науки и медицины и качеством издания является не такой четкой. Большинство газет, включая качественные, о развитии науки не пишут практически ничего. А те, которые пишут, чаще всего дают понять, что ученые занимаются «никому не нужной ерундой», а врачи не хотят и не умеют никого лечить. Из чего можно сделать вывод, что тенденция прошлых лет – неуважение к научному знанию – сохраняется. И небольшие издания наподобие «Независимой газеты» переломить эту ситуацию пока не в силах.»

### 7. Травматизация психики людей, формирование чувства страха и безысходности.

«Согласно психологическим исследованиям, информационное воздействие приобретает патогенный характер и способно привести к массовой травматизации населения в случаях актуализации страха смерти, беспомощности и чувства вины. В этой связи следует считать неприемлемым в частности:

- съемку человека "врасплох" в момент острого горя и отчаяния;
- показ человека в ситуации унижения, оскорбляющего его человеческое достоинство;
- демонстрацию пыток, морального и физического издевательства;
- прямое или косвенное оправдание действий агрессора, явившихся причиной страданий жертвы;
- показ торжества и безнаказанности насилиника (будь то конкретные лица или социальный субъект);

---

<sup>130</sup> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://leprosorium.ru/comments/581887>

<sup>131</sup> «Известия», 20.11.2008.

- предоставление слова в эфире насилинику (что косвенно "легализует" его действия);
- прямое или косвенное обвинение или порицание самой жертвы;
- призывы к коллективному покаянию и искуплению;
- сарказм или юмор по адресу жертвы.

Это цитата из книги по проблемам журналистского творчества.

А на практике аварии, стихийные бедствия, катастрофы, войны, «чрезвычайные» и «экстремальные» ситуации всех сортов на сегодняшний день стали главным блюдом российских СМИ.

Многочисленные исследования (в основном – американские), показали, что жестокость на телевидении порождает ощущение страха у зрителей.

Есть и другое мнение. Вот еще одна цитата: «Люди наблюдают за актами насилия по телевидению или видео, и потом, как результат наблюдения, поступки этих же людей в реальности становятся более грубыми и жесткими по сравнению с их обычным поведением».

В любом случае психика многих людей, изо дня в день наблюдающих за экранным насилием, меняется. Мы постепенно привыкаем к самому существованию насилия и воспринимаем его как обычное жизненное явление. Обилие сцен и эпизодов с актами насилия в СМИ делает нас более равнодушными. Мы настолько привыкаем к тому, что людей убивают и калечат, что сам этот факт перестает нас интересовать. По мнению многих авторитетных психологов, прогрессирует и угроза психическому здоровью потребителей массовой информации, растет вероятность утраты ими адекватной ориентации в действительности. Тотальное насилие на экране приводит к резкому повышению уровня базовой тревожности человека в реальной жизни, к появлению у людей разного рода фобий.

В одном из студенческих эссе приведен такой пример: «В статье «Школьница из мести избила третьеклассницу, а подруги снимали это на видео»<sup>132</sup> рассказывается о девочке, над которой жестоко поиздевались и которую в окружении 22 человек избили. Статья дополнена видеоматериалом, который каждый желающий может просмотреть. «Мы иллюстрируем эту статью видеофрагментом только для того, чтобы вы убедились – это не простые школьные шалости, а целенаправленное издевательство!» На мой взгляд, это не оправдание, и редакции не стоило дополнять статью видеороликом. В «Комсомольской правде» можно найти немало материалов о зверских убийствах, неуравновешенных преступниках с явными психическими отклонениями. Конечно, люди должны знать, что рядом с ними могут жить маньяки, психически неуравновешенные люди, убийцы и т.д. СМИ должны их предостерегать. Но, пожалуй, не в таком количестве и не в такой форме.»

### **8. Засорение и отравление умов детей и подростков.**

Отличительной чертой современных молодежных СМИ стал их сенсационно-бульварный характер, неизменное обращение к некогда запретным темам, ярко выраженный эпатажный стиль в подаче информации.

---

<sup>132</sup> «Комсомольская правда», 5.05.2011 г.

Практически всеми подростково-молодежными СМИ активно эксплуатируется тема сексуальных отношений. На страницах журналов молодое поколение активно обсуждает проблемы свободного секса. В журнале «Хулиган» есть рубрика, рассказывающая читателям о новых порносайтах, раздел писем читателей, обсуждающих свои сексуальные проблемы, статьи с яркими названиями: «Группен секс», «Секс повсюду», «Секс втроем: тактика и стратегия».

В журнале «Cool» долгое время существовала рубрика под названием «Когда родителей нет дома», где рассказывалось, как лучше проводить время свободное от родительского контроля: «Родителей не будет дома до позднего вечера, вы с любимым человеком уединяетесь и собираетесь заняться самым главным...». «Лидером» по разрушению традиционных семейных ценностей является телепроект «Дом 2» вместе с одноименным журналом.

Причем важно не только, какую информацию о родителях преподносят молодежные СМИ, но и как они это делают. На жаргоне подростково-молодежной прессы родители именуются как «предки», «родаки», «коны», «шнурки», что, по мнению психологов, также подрывает авторитет взрослого, поскольку презрительная лексика неизбежно влечет за собой презрительно-снисходительное отношение. Таким образом, у подростков де-вальвируются понятия «умный взрослый», «любящий родитель», и подросток начинает противопоставлять себя «чужому и враждебному» родительскому крову, агрессивно отстаивая свои желания и интересы.

На страницах молодежных изданий можно прочитать и о том, чем отличаются одни наркотики от других, каковы «достоинства» и «недостатки» слабых и сильных наркотиков, как и в каких количествах их употреблять, как обращаться со шприцем. Можно найти описание технологии изготовления наркотиков в домашних условиях.<sup>133</sup>

В стремлении привлечь молодежную аудиторию телевидение использует ее современные установки на легкий успех, развлечения, гламур, эротику. Многочисленные игры и конкурсы («Поцелуй на вылет», «Любовь с первого взгляда»), эксплуатирующие тему сексуальных увлечений, расчитанные на примитивного зрителя и дурной вкус, видоизменяясь, вновь и вновь появляются на экране.

### **9. Уничтожение репутации (нанесение урона репутации).**

Студенты хорошо знают массу историй о журналистах, которые за взятки готовы уничтожить репутацию любого человека.

Это и Олег Лурье, который признан виновным в мошенничестве и вымогательстве денег у члена Совета Федерации Владимира Слуцкера и его жены Ольги Слуцкера — владелицы сети фитнес-центров World Class.

Это и шеф-редактор интернет-сайта «Досье.ру» и журналист газеты «Версия» Юлия Пелехова, которую обвинили в вымогательстве \$100 тыс. у предпринимательницы Оксаны Токаревой, с которой журналистка ранее дружила, а также с чьей помощью подготовила несколько статей-расследований.

---

<sup>133</sup> Бачугин С.В. Актуальные вопросы воздействия средств массовой информации на асоциальное поведение молодежи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eparh-chb.ru/documentation/eparh/?id=4/>

Это и заместитель главного редактора «Независимой газеты» Борис Земцов. По версии Следственного комитета при МВД РФ, Борис Земцов подготовил ряд негативных статей, касающихся бывшего министра сельского хозяйства РФ Гордеева. За то, чтобы не публиковать их, журналист потребовал более миллиона рублей.

Это и журналист Феликс Медведев, который обратился к помощнику руководителя холдинга «Базовый элемент» Олега Дерипаски и заявил, что подготовил ряд материалов, порочащих Дерипаску и членов его семьи, а затем потребовал ежемесячно выплачивать ему \$10 тыс., чтобы избежать нежелательных публикаций.

Эти истории студенты пересказывают с человеческой и профессиональной брезгливостью.

### **10. Вторжение в частную жизнь.**

Несмотря на существование довольно жестких законодательных норм, направленных на защиту неприкосновенности частной жизни, российские журналисты с большим воодушевлением публикуют материалы, раскрывающие тайну переписки, телефонных переговоров, разглашают личные и семейные тайны известных и менее известных людей.

«После победы в полуфинале певец изменил Акиньшиной с украинской телезвездой. Пока Оксана Акиньшина в Москве праздновала выход Леши Воробьева в финал «Евровидения», в Дюссельдорфе певец устроил романтическое свидание с симпатичной украинской телеведущей.

Волна эмоций от достигнутой цели накрыла российского конкурсanta с головой. Сойдя со сцены и купаясь в лучах европейской славы, Воробьев буквально за несколько часов успел забыть, что на родине его ждет невеста.

— Леша уже в клубе начал устраивать с этой брюнеткой грязные танцы. Парочка совершенно не стеснялась обилия камер, — рассказали «Z» посетители вечеринки. — Из заведения они ушли куда-то вдвоем».<sup>134</sup>

### **«Волочкова обожала секс на люстре.»**

Шокирующие откровения актера Николая Зубковского о его любовных отношениях с одними из самых успешных женщин страны — Анастасией Волочковой и Анной Нетребко.»<sup>135</sup>

## **Причины и следствия**

Примеры по всем перечисленным претензиям к журналистам и СМИ можно продолжать до бесконечности: их в студенческих эссе хватит не на одну книгу. Однако иллюстрации убеждают в наличии «греха», но не объясняют, почему журналисты «грешат». А ведь объяснить необходимо, хотя бы для того, чтобы понять: безгрешной журналистики не бывает, поскольку качество это заложено изначально в специфику «второй древнейшей» профессии, или все-таки можно попытаться вернуть «грешницу» на «праведный» путь, наполнить тексты достоверной, нужной, полезной людям информацией...

Итак, прежде всего, надо определить: перед кем журналисты отвечают за результаты своей деятельности? Кем они себя считают — служащими

---

<sup>134</sup> «Z», 12.05.2011.

<sup>135</sup> «СПИД-инфо», 11.05.2011.

медиаорганизации или гражданами? Результаты многолетних исследований, проводившихся авторами данной статьи практически во всех регионах нашей страны, свидетельствуют о том, что в головах большинства российских журналистов присутствует некий диссонанс. Дело в том, что определение реальной и желаемой ответственности существенно различаются (табл. 2): в реальности журналисты – абсолютные служащие, стоящие во фронт перед всеми облечеными властью лицами и организациями, а в душе они – социально ответственные граждане. То есть в большинстве своем труженики пера и микрофона понимают, что и как они должны делать, но реальность подталкивает их к реализации диаметрально противоположного сценария профессиональной реализации.

Таблица 2

### **Перед кем несут ответственность и перед кем хотели бы быть ответственными российские журналисты (ранги)**

<i>Субъекты ответственности</i>	<i>Оценка реальной ответственности</i>	<i>Оценка желаемой ответственности</i>
Аудитория	4	1
Владелец СМИ	2	6
Главный редактор	1	5
Государство (в лице конкретных властных структур)	3	7
Журналистское сообщество	7	4
Общественность	6	2
Сам журналист	5	3

Следующий вопрос, на который в контексте обозначенной проблемы требуется получить ответ: «Что представляет собой реальность, которая диктует журналистам (и СМИ) правила профессиональной игры?».

В современном российском медиапространстве существуют три журналистики и, соответственно, три подхода к реализации профессиональной деятельности, зависящие от характера отношения журналиста к аудитории. Первый тип журналистики, предопределяется тем, что журналист рассматривает свою аудиторию как объект управления (воспитания, формирования), а себя – как носителя или транслятора управлеченческих программ. Если попытаться одним словом охватить конечный смысл деятельности журналиста, исповедующего этот подход, то этим словом будет «воздействие». Вторая установка ориентирует журналиста на отношения информирования со своей аудиторией. В этом случае журналист считает своей основной профессиональной обязанностью поставлять аудитории разнообразные интересующие ее сведения и оказывать помощь в выражении мнений. Третья фундаментальная установка требует от журналиста рассматривать себя как заинтересованного участника совместного с аудиторией поиска решений сложных жизненных проблем. Главная идея такой журналистики заключается в том, что журналистам следует рассматривать читателей, зрителей, слушателей не как пассивных наблюдателей

и послушных исполнителей, а как участников решения важных вопросов. Эта журналистика может быть названа «гуманитарной», «личностной», «коммунитарной», журналистикой соучастия и т.п.<sup>136</sup> В рамках журналистики соучастия как раз и реализуется ответственность журналиста перед аудиторией и общественностью, которая приведена в табл. 2 как желаемая для опрошенных сотрудников СМИ. Однако эта группа СМИ в общем количестве российских медиаресурсов незначительна и никоим образом не может рассматриваться в настоящее время как конкурентоспособная. А доминируют на российском информационном рынке СМИ воздействия, принадлежащие государству и корпорациям, главной задачей которых является обеспечение влияния на общественное мнение и стереотипы поведения населения, а также «коммерческие» СМИ, которые ориентированы на извлечение прибыли за счет удовлетворения интересов и потребностей неприматской массовой аудитории. Именно поэтому журналистике и журналистам, послушно выполняющим указания и/или зарабатывающим деньги «отпускаются» все прогрессия против общественной и человеческой морали. А что касается профессиональной этики, то, как это ни прискорбно, у журналистов, исповедующих разные подходы к своей деятельности, и этика разная. Поэтому трудно требовать от человека, живущего «по понятиям», соблюдения норм закона и нравственности...

---

<sup>136</sup> Подробнее об этом см.: Дзялошинский И. Еще раз о технократическом подходе. // Слово лектора, 1988 № 4.; Дзялошинский И. Журналистское мышление: особенности структуры и функционирования на современном этапе. – В кн.: Средства массовой информации в формировании нового мышления. – Л., 1989; Дзялошинский И. Советская журналистика: три парадигмы творчества. – В кн.: Журналист. Пресса. Аудитория. – Л., 1991; Дзялошинский И. Категории и парадигмы журналистской деятельности. – В кн.: Основные понятия теории журналистики. – М., 1993; Дзялошинский И. Российские СМИ в избирательной кампании: уроки эффективности. – М., 1996; Дзялошинский И. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. – М., 1996; Дзялошинский И. Как создаются «герои» и «дьяволы». // Советник, 1997, № 1; Дзялошинский И. В плена манипулятивных технологий. // Советник, 1997, № 7; СМИ и структуры гражданского общества: проблемы взаимодействия. – М., 1999; Дзялошинский И. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ. – М., 2000; Дзялошинский И. Три типа профессионального поведения журналиста. // Профессия журналист, 2001, № 4; Дзялошинский И. СМИ, власть и гражданское общество в регионе. – М., 2002; Дзялошинский И. Какая журналистика может считаться социальной? – В кн.: НКО и СМИ: мостик через пропасть. – М., 2002; Дзялошинский И. Политические технологии в пространстве масс-медиа. // Эффективное антикризисное управление, 2003, № 5-6; Дзялошинский И. СМИ, власть и гражданское общество в поисках баланса интересов. – В кн.: Региональные СМИ и демократия в России. – М., 2003; Дзялошинский И. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. – М., 2006; Дзялошинский И. Роль СМИ в организации диалога власти и общества. – В кн.: Роль СМИ в формировании гражданского общества. – М., 2006; Дзялошинский И. СМИ как субъект публичной политики. Публичная политика в современной России. – М., 2006; Дзялошинский И. Инновационная журналистика: модное словосочетание или путь развития СМИ // Телеком, 2007. № 1 (21); Дзялошинский И. Гражданские коммуникации в негражданском обществе. – В кн.: Медиаобразование: от теории к практике. – Томск, 2007.

Формулируя причины, по которым в периодических изданиях появляются материалы, способствующие, в частности, распространению экстремистских настроений в обществе, сами журналисты достаточно часто фиксируют тот факт, что наиболее сильным стимулом в пользу подготовки таких публикаций являются деньги. Того же мнения придерживаются и студенты – участники исследования, объясняя сложившуюся ситуацию, прежде всего, продажностью, ангажированностью российских масс-медиа. Однако «греховность» СМИ, по мнению опрошенных журналистов, проистекает не только из-за материальной зависимости, порождающей тенденциозность, предвзятость публикуемых или выходящих в эфир материалов. Нередко эта зависимость носит идеологический характер – как в старые советские времена, отражаясь на уровне отдельно взятого журналиста в пресловутой самоцензуре, которые, по данным наших исследований, испытывают более 40 процентов опрошенных журналистов (в скобках заметим, что давление со стороны органов власти разных уровней ощущают около трети участников опросов и примерно столько же чувствуют прессинг со стороны руководителей конкретного СМИ, в котором они работают).

Кроме того, по мнению авторов эссе, журналисты совершают вышеназванные «грехи» и по вполне банальным причинам: плохая профессиональная подготовка, безграмотность, незнание законов. Поэтому иногда журналисты сознаются в том, что не очень отчетливо представляют последствия своей деятельности, и в таком случае их можно обвинять не в сознательном нарушении человеческих и/или профессиональных заповедей, а в неведении, которое ни в коей мере не является оправданием и, как известно, не освобождает от ответственности...

Чем же может общество и профессиональное сообщество ответить на такое пренебрежительное отношение к заповедям?

Прежде всего, обращением к Закону. Например, против вторжения в частную жизнь, нанесения урона репутации, разжигания межнациональной вражды можно бороться, подав исковое заявление в суд. И такие судебные разбирательства есть, и результаты их вполне поучительны. Так, в августе 2006 года на основании решения Басманного суда Москвы судебные приставы взыскали с ООО «Издательский дом "Жизнь»» 120 тыс. рублей в пользу известного певца Юрия Антонова и обязали опубликовать опровержение по поводу распространенной информации о личной жизни певца. Материал, который стал причиной иска, был опубликован в газете «Жизнь» 10 ноября 2005 года. «Издательский дом "Жизнь»» опубликовал опровержение 20 октября 2006 года, а в феврале 2007 года Ю. Антонов получил присужденную судом денежную компенсацию в полном объеме.

В Законе РФ «О средствах массовой информации» записано: «Право гражданина или организации потребовать от редакции опровержения не соответствующих действительности и порочащих их честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном средстве массовой информации (СМИ)». Если редакция СМИ не располагает доказательствами того, что распространенные им сведения соответствуют действительности, она обязана опровергнуть их в том же СМИ. Что, собственно, принудительно и сделала газета «Жизнь».

Кроме того, существенный вклад в решение этических проблем вносит Комиссия по рассмотрению жалоб на прессу, созданная при Союзе журналистов России. Она, конечно, не может определить ни административных, ни материальных санкций по отношению к «нарушителям конвенции», но предать огласке нелицеприятные факты – может. А это тоже немаловажно – пусть не для самих журналистов и СМИ, но для людей...

Однако самое главное, на наш взгляд, что можно сделать для – хотя бы – снижения количества претензий к СМИ, – это научить будущих журналистов «не грешить». И началом этого процесса можно считать осознание студентами неправедности большинства российских СМИ, понимание ими, что в погоне за сенсационностью и уникальностью материалов журналисты часто забывают о профессиональной этике, что ведет к непоправимым последствиям (и потеря доверия к изданию – далеко не самое страшное из них).

«Самый главный грех журналистской деятельности, – пишет студента в своем эссе, – это создание желтой прессы, которая разлагает души и засоряет умы. Примерами таких газет, место которых в «аду журналистики», можно заполнить все полки библиотеки им. Горького («Желтая газета», «Жизнь», «Твой День», «Экспресс-газета», «Тайны звезд», «Караван историй», «Hello!», «ДОМ 2», «Мир новостей»). Грех ТАКОЙ журналистики и в том, что у общества формируется представление о журналистах как о людях циничных и безнравственных. В то время как есть «КоммерсантЪ», «Новая газета», «Огонек», журналисты которых осуществляют свою профессиональную деятельность, понимая, чем отзовется его слово в умах и душах читателей. А понимание – это первая ступень к «безгрешности».

Следующим шагом, видимо, должно стать обучение студентов с учетом того, что они все видят и многое понимают, что им предстоит осуществить нелегкий выбор того, в какой журналистике работать, что будущее журналистики во многом зависит от них: от их отношения к профессии, от их гражданской позиции...

### **И напоследок...**

В Москве, на Болотной площади расположена скульптурная композиция, которая называется «Дети – жертвы пороков взрослых». Смысл этого произведения заключается в том, что пока еще светлые и чистые дети окружены пороками, процветающими в обществе, в котором им предстоит жить. Это и воровство, и наркомания, и невежество, и пропаганда насилия – всего их двенадцать. А в центре круга пороков возвышается тринадцатый, самый страшный порок – равнодушие.

Равнодушие, безразличие как со стороны профессионального сообщества, так и со стороны потребителей продукции СМИ – это те стимулы, которые единичные отступления от профессиональных норм и правил, небрежное отношение к общечеловеческим ценностям, легкое лукавство по отношению к самому себе могут превратить в «смертельные грехи», в которых страшно сознаться и которые неизбежно ведут к гибели профессионализма.

*Опубликовано в журнале «Медиаскоп». – 2011. – Вып. №4.*

## РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА «ДРУГОГО» (И.М. Дзялошинский)

### Введение

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

Многие специалисты утверждают, что средства массовой информации России, освещая проблему насилия, в основном живописуют жестокость, с которой участники насилиственных 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 насилиниками.

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

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

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

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

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

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

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».

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

К аналогичным выводам пришли и авторы книги «Язык Мой...». 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, леность и пр.) какой-либо этнической или религиозной группы, утверждение ее особой криминальности, моральных недостатков, особого негативного влияния на государственное или региональное управление, непропорциональной представленности в органах управления, бизнесе, прессе и т.д., следует ожидать определенных социальных реакций. Отвращение может быть направлено на идею или на личность, а сопряженное с гневом, может быть очень опасным, поскольку гнев способен вызвать «нападение», а отвращение – желание отделаться от объекта, вызвавшее этот комплекс переживаний.

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

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

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

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

### **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 изданиями. У журналистов есть много различных способов донести до читателей многообразие мнений, точек зрения, существующих в обществе. В теории и практике журналистики разработаны соответствующие технологии: диалогические жанры, к которым относятся интервью, беседа и др. При этом, даже используя данные жанры, журналисты достаточно часто ограничиваются выделением одной – по их мнению, правильной – позиции. Однако интолерантные мнения, существующие в обществе, но игнорируемые СМИ, более опасны, чем те, которые становятся предметом обсуждения. В то же время опасными представляются неосторожные, провокационные заявления, опубликованные в печати, – они могут повлечь за собой не дискуссию, а эскалацию конфликта.

Речевая агрессия в текстах СМИ может состоять и в нежелании (или неумении) журналиста создавать общее языковое пространство участников общения. Отсутствие такой общности читатель может оценить как коммуникативную (контактную и речевую) агрессивность адресанта, как

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

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

Причем здесь оценивается не только «чужая» точка зрения, но и возможный носитель этой точки зрения, оцениваются реальные люди – потенциальные собеседники журналиста. Потому что журналисты используют такие способы наименования своих собеседников и их действий, 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.

### Вместо заключения

Материалы исследований дают основание для некоторых важных выводов.

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

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

Первый подход – СМИ являются активным субъектом информационной, воспитательной, пропагандистской деятельности. Многие журналисты и средства массовой информации активно участвуют в акциях и кампаниях, конечной целью которых является управление сознанием и поведением населения, и при этом отказываются обсуждать проблему социальной ответственности средств массовой информации. В сознании правящих российских элит (и некоторых теоретиков и практиков журналистики) в полной мере сохранились присущие тоталитарному прошлому представления о СМИ как о приводных ремнях, соединяющих власть и управляемый народ. Этот подход реализуется в двух взаимосвязанных версиях. Сторонники одной из них искреннее убеждены в том, что СМИ являются институтом управления обществом. Обвинение, которое сторонники этой версии управлеченческого подхода бросают СМИ, заключа-

ется 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, оболовливания.

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 насе-

лением. Пришло время понять, что эффективность СМИ многократно возрастает, когда они вплетены в плотную сеть гражданского общества, составляют необходимый элемент процессов самоуправления и саморазвития граждан.

Анализируя это явление, полезно различать, с одной стороны, процессы соучастия граждан в принятии и реализации затрагивающих их интересы решений, а с другой — соответствующие, в том числе институциональные, формы общественного устройства. Процессы не ограничиваются специфическими видами, сложившимися на Западе в последние десятилетия (общественные экспертизы и расследования, оценивание воздействий на окружающую среду и т.д.), а включают и такие давно известные и многообразные институты гражданского общества, как местное и корпоративное самоуправление, разного рода профессиональные и социальные сообщества, некоммерческие организации и т.д. В гражданском обществе держателями ценностей, принципов, норм и образцов поведения, в том числе толерантного, выступают не СМИ, а сообщество. В этой связи особое внимание в современных условиях, когда количество интернет-пользователей в нашей стране неуклонно растет, при организации и наполнении каналов коммуникации адекватной, качественной информацией по проблеме толерантности необходимо использовать социальные сети, вокруг которых складываются такие сообщества.

4. Еще одним фактором, влияющим на эффективность СМИ как ресурса формирования толерантных установок, является признаваемая всеми общественными институтами и ощущаемая аудиторией независимость СМИ от власти и бизнеса. При этом необходимо пояснить, что свобода СМИ – это «всего лишь» свобода выбора позиции, а независимостью СМИ по традиции парадоксальным образом называется их зависимость от множества разных факторов, в том числе возможность привязки к разным политическим субъектам. Именно множественность и разнородность действующих сил, полигранность, 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 суворенных 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 овладевать принципиально новым инструментарием профессиональной деятельности, обеспечивающим организацию массового диалога между всеми участниками социальных процессов. «Диалог – ключ к толерантности» – так может быть сформулиро-

вано основное направление поиска ученых и практиков. Идея толерантности идеально укладывается в заданную таким образом рамку диалога. Это естественно, поскольку в рамочной идее диалога находит свое выражение неизбежность сосуществования (предпочтительно мирного) представителей разных позиций – идет ли речь о человеческом роде или о студенческом общежитии. При этом, встречаясь с «другим», мы неизбежно оказываемся перед дилеммой: считать ли свою позицию и свои взгляды верными, а позицию и взгляды «другого» – ошибочными, либо считать и те, и другие рядоположенными, но тогда уже частными и частичными. Выбор первого пути ведет к монологичной организации, борьбе с иакомыслящими (которая рано или поздно обязательно превращается в борьбу с мыслящими и мышлением как таковым); выбор второго – к диалогу, партнерству или соперничеству, но ограниченному определенными рамками, в предельном случае – рамкой права.

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

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

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:

– соблюдение всеми журналистами профессиональных этических кодексов;

– внедрение идей и духа толерантности в деятельность журналистов посредством специальных семинаров, конференций, обсуждений, тренингов и др.;

– укрепление законодательной базы, регулирующей действия журналистов;

– 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:

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

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

– демонстрация антиобщественной природы экстремизма во всех его проявлениях;

– помочь во взаимодействии различных социальных групп, организации общественного диалога и социального партнерства;

– стимулирование выработки норм толерантного поведения.

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

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

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

– формирование института квалифицированной медиакритики;

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

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

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

*Опубликовано в Международном электронном научно-образовательном журнале «Медиа. Информация. Коммуникация» (MIC). – 2012. – №1.*

## ВЫЗОВЫ МЕДИАГЛОБАЛИЗАЦИИ (И.М. Дзялошинский)

Глобализация – это процесс возрастающего воздействия различных факторов международного значения (экономических и политических связей, культурного и информационного обмена и т.п.) на социальную действительность в отдельных странах. Люди все больше оказываются встроенным во всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагая все меньшей возможностью лично влиять на объем циркулирующей в ней информации или темп быстродействия, не говоря уж о том, чтобы их контролировать. Скорее наоборот: наша жизнь все существенное определяется глобальной коммуникацией.

В мире происходит формирование нового глобального медиапорядка, в «пространстве» которого включено относительно небольшое число экономических субъектов. Речь идет о таких транснациональных корпорациях как, например: Time Warner, Sony Corporation, Matsushita Electric Industrial, News corporation, Bertelsman, RAI, Walt Disney Company и др. При этом наблюдаются как создание новых форм услуг, так и более фундаментальные процессы трансформаций, когда индустрия развлечений и информации соединяется с индустрией телекоммуникационного оборудования.

Сторонники глобализации указывают, что ее развитие означает приближение эпохи глобальной экономики, которая будет характеризоваться стиранием географических границ рынков сбыта, появлением распределенных сетевых трудовых ресурсов, кардинальным сближением производства и потребления, открытием новых рынков в новой сфере интеллектуального потребления, что, естественно, повлечет за собой совершенно новые возможности. Для противников глобализации характерны в основном апартитские настроения по принципу: враги окружают. Многих пугает то обстоятельство, что сегодня границы государств, в том числе и границы информационных пространств, становятся все более и более условными.

Глобализация информационного пространства волнует многих политиков и экспертов, занимающихся проблематикой информационных отношений. Об этом свидетельствует огромное количество статей и материалов на эту тему, семинаров, круглых столов и конференций<sup>137</sup>.

---

<sup>137</sup> См., напр.: Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.csgr.ru/conferences/sem.inf\\_gl.13.04.00.html](http://www.csgr.ru/conferences/sem.inf_gl.13.04.00.html); Информационные вызовы национальной и международной безопасности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pircenter.org/board/article.php3?artid=718>; Всемирный конгресс по информационному сотрудничеству «Информация: вызов XXI века» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.itar-tass.com/congress/tu/>; Развитие телекоммуникаций и построение информационного общества в странах СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www contel ru/rus/actions/report-1p html>; Международный конгресс «Телекоммуникации в аспекте национальной безопасности

## Россия: основные подходы к проблеме медиаглобализации

**Первый подход.** Сторонники этой подхода делают акцент на технологических аспектах глобализации и подчеркивают, что должна быть реализована такая государственная политика в области телекоммуникаций, информатизации, которая будут в наибольшей степени способствовать созданию на всей территории России адекватной инфракоммуникационной инфраструктуры.

Это означает:

- реорганизация системообразующих предприятий связи, обеспечение равномерного развития территорий путем реализации механизма «универсальные услуги»;
- развитие конкуренции;
- создание законодательной и нормативно-правовой базы для внедрения в России общепринятых на мировом рынке, в мировой практике принципов взаимодействия операторов (это принцип «интерконэкшн»);
- формирование эффективных отраслевых рынков на основе адекватной лицензионной политики и политики в области распределения частного ресурса;
- переход на общепринятые в мире методы тарифного регулирования общепринятых услуг электрической связи, разработка концепции поддержки национального производства в области инфракоммуникаций;
- государственная поддержка ускоренного широкомасштабного распространения терминального оборудования для работы в Интернете (в первую очередь, для школ, вузов, библиотек, объектов социальной инфраструктуры, связи, домашнего пользования) и, наконец, государственная поддержка программ, создающих условия для ускоренного развития Интернета во всех этих сферах<sup>138</sup>.

**Второй подход.** Представители этого подхода в основном размышляют о необходимости увеличить долю России в глобальном информационном пространстве и защититься от чрезмерной экспансии других государств. Например, высказываются взгляды, согласно которым Россия потеряла технологическую независимость от Запада и теперь надо срочно эту независимость восстановить. Для этого предлагается начать выпускать те компоненты, на базе которых будет строиться информационная инфраструктура. Затем надо разработать из этой лучшей элементной базы компоненты управления нашей российской инфраструктурой. А после

---

ности. Перспективы развития информационно-телекоммуникационной инфраструктуры» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.vestnik-sviaz.ru/archive/01\\_1999/secur.html](http://www.vestnik-sviaz.ru/archive/01_1999/secur.html) и др.

<sup>138</sup> Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr.ru/conferences/sem.inf.gl.13.04.00.html>

этого можно заняться разработкой и созданием отечественных технологий, поднимать элементную базу.<sup>139</sup>

Что касается такой части глобального информационного пространства, как медиапространство, то, по мнению сторонников этого подхода, необходимо усилить экспансию российских СМИ на другие рынки. Прежде всего – на рынки стран СНГ, где Россия, с точки зрения представителей данного подхода, должна контролировать не только русскоязычные, но и нерусскоязычные СМИ, потому что необходимо сформировать единый информационный поток из России, так как эти страны находятся в орбите жизненных интересов России, в ближнем соприкосновении с ней. Кроме того, надо обращать пристальное внимание на рынки стран, представляющих перспективный интерес для бизнеса или для политики. Для этого следует повысить достоверность, оригинальность, эксклюзивность информации, которую надо «готовить» на основании понятных и привычных зарубежному потребителю международных стандартов. Разумеется, информация должна быть качественно переведена на иностранный язык<sup>140</sup>.

### Глобализация и культурный суверенитет

С точки зрения нового глобального медиапорядка, национальные границы, рассматриваемые в плоскости проблемы организации и функций национальных каналов массовой коммуникации, выглядят, по существу,rudиментом прошлого. Глобализация интенсивно меняет не только экономический и политический ландшафты планеты, но и воздействует на картину межкультурных связей, так или иначе обостряет проблему взаимодействия культур, поскольку во всеобщем процессе глобализации участвуют страны, имеющие различные культурные установки и находящиеся на различных ступенях развития. При этом объективно встает вопрос учета традиций, сложившихся у каждого этноса, изучения особенностей культуры страны, повышенного интереса к этносу отдельной нации. Вместе с тем, возникает проблема сохранения традиций как той субстанции, которая делает культуру самобытной, придает ей черты национального своеобразия и в то же время делает ее актуальной. Традиция, как живой стержень, призвана объединять этнос, соединять настоящее и прошлое. Н.А. Бердяев утверждает, что именно традиция есть то начало, которое «сохраняет качество любой культуры».<sup>141</sup> Но именно в глобализирующемся современном мире мы все чаще встречаемся с явлением детрационализации. Как в социуме возникает проблема личности, соотноше-

---

<sup>139</sup> См.: Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr.ru/conferences/sem.inf.gl.13.04.00.html>

<sup>140</sup> Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr.ru/conferences/sem.inf.gl.13.04.00.html>

<sup>141</sup> Бердяев Н.А. Философия неравенства. – М., 1990. – С. 117.

ния личности и общества, так и у глобализирующегося человечества возникает проблема сохранения и развития культурного своеобразия отдельного народа.

Однако в новом глобальном медиаконтексте людей рассматривают в первую очередь не как граждан национальных государств, а как некоторую экономическую общность, как «сегмент» конкретного потребительского рынка. В условиях современного мира, все области которого в основном структурированы глобальным капитализмом, а транснациональные корпорации являются важнейшим компонентом транснациональных экономических практик, содержанием этих практик является идеология потребления, которая заявляет о том, что смысл жизни состоит в обладании вещами. Формируется модель жизни, согласно которой, только потребляя, человек может реализовать свои жизненные возможности, а для того, чтобы оставаться человеком, он должен постоянно потреблять. Понятно, что эта идеология вызывает сильнейшее раздражение у многих политических и религиозных деятелей и различных групп населения.

Противоречия в сфере обмена информацией получили развитие и в отношениях между развитыми странами. Министр культуры Франции возглавил общенациональную кампанию против «культурной экспансии» США, «американизации» французской культуры. В результате были приняты специальные законы, регулирующие соотношение американских и французских фильмов в кинотеатрах, меры государственной поддержки национального кинематографа. Стремление к культурной самоидентификации наций и народов переплетается с тенденцией интернационализации культур, зачастую порождая острые политические коллизии.

В сложившейся ситуации есть несколько способов решения глобальных проблем.

### **1. Бездействие (все «пустить на самотек»).**

Этот вариант приведет к продолжению войн, терроризма и проч., поскольку наступление транснационального капитала на территории иных этносов будет вызывать ожесточенное сопротивление местных элит.

### **2. Насилие.**

Уничтожение всех носителей (живых и вещественных) иной культуры. Например, физическое уничтожение всех мусульман, буддистов, евреев и проч. – путь «арийской расы» и «кощечения» земли от иных представителей человечества, кроме тех, кто обладает достаточной силой для осуществления такого геноцида, или же уничтожение памятников иной культуры (талибы).

### **3. Апартеид.**

Апартеид не закрывает представителям культурных меньшинств доступ в страну (как правило, потому что это по определению невозможно), но предусматривает полный запрет на их ассимиляцию. Пример такого режима – Южноафриканская республика в период правления белого меньшинства, хотя в данном случае группы, лишенные права полноценного участия в жизни общества, составляли большинство населения. Подобное политическое устройство, скорее всего, можно сохранять только препрессивными методами.

### **4. Изоляционизм.**

Наиболее очевидная реакция общества – попытки не допустить возникновения культурного многообразия, лишив посторонних права въезда в страну и проживания в ней – особенно посторонних, отличающихся от основного населения в культурном плане. Порой это связано со стремлением некоторых слоев защитить или сохранить свои традиционные преимущества и привилегии. К примеру, мусульманская элита может препятствовать появлению в стране значительного немусульманского меньшинства, поскольку это может сократить число ее сторонников. Профсоюзы также порой негативно относятся к иммиграции из бедных стран, поскольку она может обернуться снижением зарплат из-за увеличения численности неквалифицированных работников на рынке труда. Однако важнейшей причиной изоляционистской иммиграционной политики является страх перед изменением культурной составляющей общества.

### **5. Ассимиляторство.**

Одна из альтернатив изоляционизму заключается в том, чтобы допускать в страну приезжих, но при этом проводить политику их ассимиляции, ограничивая тем самым масштабы влияния посторонних на культуру принимающего общества. Этот подход связан с культурным воздействием на иммигрантов, но он может применяться и в отношении коренных народов. Так, в период проведения политики «Австралия для белых» считалось необходимым ассимилировать аборигенов, привить им европейскую культуру преимущественно англо-кельтского общества. В Центральной Европе представление об иммигрантах как о временном явлении, гастарбайтерах, уступило место осознанию того, что они будут там постоянно.

### **6. Мультикультурализм.**

Обычно под мультикультурализмом понимается сосуществование многих культур в одном месте без преобладания какой-либо одной культуры. Создавая широчайший спектр человеческих различий, приемлемых для большого числа людей, мультикультурализм стремится к преодолению расизма, различия полов и других форм дискриминации. Другими словами, мультикультурализм – это теория и практика признания и уважения различных культур, религий, рас, этничностей, мнений внутри окружающей среды.

Существует несколько версий мультикультурализма.

**Жесткий мультикультурализм.** Данный подход заключается в том, что общество должно принимать активные меры для обеспечения таким людям не только полноценного участия в жизни общества, но и максимальных возможностей для сохранения особой идентичности и традиций. Согласно этой точке зрения, к разнообразию следует не просто относиться толерантно – его нужно укреплять, поощрять и поддерживать, как финансовыми средствами (при необходимости), так и путем предоставления культурным меньшинствам особых прав.

**Мягкий мультикультурализм** исходит из представления о том, что, хотя ассимиляцию трудно навязать силой, ее непросто и избежать. В любом обществе, где существует достаточная степень свободы, люди будут общаться и подражать друг другу. Тенденцию к единообразию искоренить так же трудно, как и стремление некоторых людей идти по жизни

своим, особым путем. По соображениям целесообразности или здравого смысла новоприбывшие и меньшинства в любом обществе будут стараться следовать преобладающим нормам, поскольку это облегчает жизнь, делает ее приятнее и сокращает издержки. Проще выучить язык, на котором говорит большинство населения, чем ждать, пока остальные выучат ваш. Дружбу также легче завязывать с людьми, с которыми у вас есть что-то общее. Наконец, иметь широкий круг общения и дружеских связей лучше, чем замыкаться в компании немногих, которые полностью разделяют ваш образ жизни.

В последнее время в Европе нарастает критика мультикультурализма и архитекторов культурного плюрализма. 18 ноября 2010 г. канцлер ФРГ Ангела Меркель подвергла критике современное состояние дел, когда мигранты, прибывшие в страну, не пытаются ассимилироваться, а собираются в общинны, имеющие замкнутый характер. Именно это обособление, приведшее к существованию ряда сообществ внутри большого германского общества, канцлер определила как «абсолютный крах» политики мультикультурализма. Подобную позицию занял и премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон, выступая 5 февраля 2011 г. в Мюнхене на Международной конференции по безопасности. В своей речи он подчеркнул, что проблему мультикультурализма составляет не столько специфичность разных религиозных культур, представленных в современной Великобритании, сколько отсутствие у новых британцев единой гражданской, общей британской идентичности. «Мы не смогли показать пример общества, в которое они хотели бы влиться», – отметил в своем выступлении Дэвид Кэмерон. Президент Франции Николя Саркози дополнил общую картину демонстрации отношений лидеров стран ЕС к вопросу мультикультурализма: он, как и его европейские коллеги, связал провал этой стратегии с нарушением принципов гражданской интеграции. Так, выступая 12 февраля 2011 г., президент Франции отметил: «Общество, в котором общины просто существуют рядом друг с другом, нам не нужно. Если кто-то приезжает во Францию, он должен влиться в единое сообщество, являющееся национальным».

Происходит постепенное ограничение прав меньшинств на их «культурные особенности». Например, в Швейцарии 29 ноября 2009 г. на референдуме 57,5% швейцарцев и 22 из 26 кантонов страны поддержали запрет на строительство минаретов. В Бельгии в декабре 2010 г. Парламент проголосовал за запрет на ношение паранджи и никаба в публичных местах, что сделало это правительство первым в Евросоюзе, где принят подобный законопроект. Во Франции в апреле 2011 года вступил в силу запрет на ношение в общественных местах никаба, паранджи и бурки. Законопроект был утвержден французским парламентом после голосования в сенате в сентябре 2010 г. Парламентская комиссия Италии в августе поддержала законопроект, согласно которому мусульманкам в общественных местах запрещается носить одежду, полностью закрывающую лицо.

Наряду с общественностью и должностные лица демонстрируют свое отношение к данной проблеме. Так, министр по упрощению законодательной системы Италии Роберто Кальдероли заметил: «Из Швейцарии нам послан четкий сигнал: да – колокольням, нет – минаретам». И, по-

видимому, это только начало процесса. В одном из своих выступлений вице-президент Европарламента Сильvana Кош-Мерин призвала депутатов ввести запрет на ношение паанджи на всей территории Евросоюза.

Эти и некоторые другие факторы стимулировали поиск новых концептуальных подходов (например, *интеркультурализм*<sup>142</sup>) и расширение интереса к некоторым локальным концепциям (*транскультурализм*<sup>143</sup>).

### Российские СМИ и проблема культурного разнообразия

Анализ освещения проблем культурного многообразия в российских СМИ свидетельствует о существовании трех основных подходов.

**1. Просветительский подход.** Авторы иногда глубоко, всесторонне, со знанием дела, а иногда весьма поверхностно рассказывают о различных аспектах прошлого и настоящего регионов России, об искусстве, фольклоре, традициях, людях.

**2. «Фольклорный» подход.** Очень часто тема многонациональности сводится к смакованию особенностей национальной кухни, танцам и пляскам.

**3. «Патриотический» подход.** В качестве примера можно назвать идеолого-пропагандистские, проповеднические издания, в которых каждая строчка либо упоенно воспевает прошлое и страстно призывает возродить собственную угнетенную нацию (либо Великую Россию такой, какой она была при Николае II), либо проклинает все новое, что вошло в жизнь России в XX веке. Для этой прессы характерно противопоставление «патриотов» «либералам» и «демократам». Патриотизм превращается в предмет политологических спекуляций и политической борьбы, когда люди, присваивающие только себе право называться патриотами, стремятся доказать, что исключительно их понимание патриотизма соответствует «истинной» любви к Родине, а стало быть, именно они являются подлинными «друзьями» Отечества. Те же, кто исповедует другое представление об обществе, его прошлом, настоящем или будущем, по их мнению, – носители «ложной» любви к Родине, а стало быть, мнимые «друзья» Отечества (в предельном случае – его «враги» или «враги народа»).

Как показали многолетние исследования федеральных и региональных печатных СМИ, около 40 процентов всех публикаций содержат отчетливо выраженные признаки агрессивной интенции. Причем эта величина остается практически постоянной на протяжении последних 10 лет.<sup>144</sup>

---

<sup>142</sup> См.: Пайн Э. Невозможность империи и недостаточность нации: концептуализация новой политики – интеркультурализма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.liberal.ru/articles/5596>

<sup>143</sup> Транскультура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.terme.ru/dictionary/951/word/transkultura>; Разлогов К, Орлова Э., Кузьмин Е. Российская культурная политика в контексте глобализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/rossiyskaya-kulturnaya-politika-v-kontekste-globalizacii>

<sup>144</sup> Подробно эта проблема рассматривается в работе: Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Толерантность и мультикультурализм – ценностные ориентиры

## И что же нам делать?

Из всего вышесказанного можно сделать следующие выводы.

Новый этап глобализации происходит в ситуации, когда человечество переживает переход от групповых форм организации жизни к индивидуальным. Если раньше отдельный человек мог выжить, только будучи членом какой-то более или менее значительной общности, то сейчас он вполне может прожить в качестве отдельного существа. По крайней мере, многим так кажется. Разумеется, общности всячески стараются помешать выходу из их состава отдельных индивидов, и лидеры таких общностей впадают по этому поводу в истерику. Однако любые попытки укрепить эти общности или – тем более – сконструировать с помощью специальных технологий новые общности противоречат исторической тенденции.

Можно сказать жестче. Есть основания предполагать, что время наций, в том числе и гражданских, кончилось. Огромные миграционные потоки приводят к тому, что люди по несколько лет живут в разных странах, не идентифицируя себя с так называемой титульной нацией этого государства, но и постепенно перестают ощущать связь с тем государством, которое они – в силу ряда причин – покинули. Как правило, навсегда. Человек, который живет то в Лондоне, то в Торонто, то в Париже, нигде не будет членом какого-либо государства. Другими словами, время консолидации людей на национально-государственной почве кончилось. Большинству людей для своей идентификации достаточно ощущения некой этничности, религиозности, а еще чаще просто существования круга дружеских связей. Тем более что, по всей видимости, время целостной личности, в основе которой лежит целостная несокрушимая идентичность, тоже прошло. Современный человек в принципе разный, непрерывно разный. Он обладает несколькими личностями, и они как-то в нем уживаются.

Разумеется, у некоторых прогосударственно настроенных политических лидеров возникает соблазн использовать различные пропагандистские приемы, с помощью которых можно создать и запустить в массовое сознание некие концепты, которые должны впечататься в ментальные структуры и создать из людей искусственную общность. Такой опыт есть. Он накоплен во всех тоталитарных государствах. Но рано или поздно все они терпели крах.

Все это означает, что надо думать не о реставрации схем управления личностью, сложившихся в докоммунистическую эпоху, не о формулировании сплачивающих общество идеологем, а о создании условий для становления грамотной, способной к рефлексии личности, которая будет готова осознанно принимать на себя обязательства существования в рамках данной государственной структуры.

*Опубликовано в журнале «Вопросы теории и практики журналистики». – 2013. – №2.*

# МЕДИЙНЫЕ СТРАТЕГИИ ВРАЖДЫ: ЯЗЫКОВЫЕ И ОБРАЗНЫЕ СРЕДСТВА

(И.М. Дзялошинский)

## Введение

Для России как трансформирующегося общества характерен значительный конфликтный потенциал. 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 чохом, иногда – только негосударственную прессу.

Эти обвинения опираются на достаточно надежные эмпирические данные, которые свидетельствуют о том, что средства массовой информации России с большим энтузиазмом живописуют насилие и жестокость, и отнюдь не способствуют толерантности и мультикультурализму<sup>145</sup>.

Впрочем, авторитетные исследователи утверждают, что нельзя преувеличивать значение СМИ в продвижении норм агрессивного поведения людей. «Высокий уровень насилия, характерный для современной кино- и телепродукции, предположительно, наряду с другими факторами, может оказывать свое влияние на осуществление некоторых видов агрессивного поведения, но не следует переоценивать важность этой зависимости»<sup>146</sup>.

В этой статье предпринята попытка обобщить эмпирический материал, который был собран автором в ходе реализации различных проектов, целью которых было вовлечение журналистского сообщества в обсуждение проблем, связанных с существованием в России множества различных культур, поиском путей равноправного развития различных культур, преодоления дискриминации различных групп населения во всех сферах общественной жизни, обеспечения равных шансов при трудоустройстве и получении образования, отмены скрытых и явных препон в административной карьере и т.д.

## Кто – «свой», кто – «чужой»?

Оппозиция «свой – чужой» является одной из центральных тем современного гуманитарного дискурса. Б.Ф. Поршнев писал о том, что обособление «мы» и «они» в первую очередь лежит в основе культурных и языковых различий, поскольку группы, стараясь отличаться друг от друга, взаимно отталкиваются и стремятся к взаимонепониманию. Существуют по меньшей мере пять исследовательских подходов к феномену «свои –

<sup>145</sup> См.: кн.: Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками ксенофобии в обществе риска. – М.: Наука, 2011.

<sup>146</sup> См.: Бэрон.Р., Ричардсон. Д. Агрессия – СПб., 1998. – С. 117.

чужие»<sup>147</sup>. Не вдаваясь в анализ этих подходов, укажем, что продуктивность оппозиции «свой» – «чужой» объясняется гибкостью, удобством и простотой в плане манипулирования сознанием».<sup>148</sup> При этом «объектом оценки в политическом дискурсе чаще всего становятся группы (люди, социумы, явления, вещи и др.), которые воспринимаются как «свои» или «чужие», а также события и факты, которые находятся в той или иной связи с названными группами. Особенно часто объектом негативной оценки становятся политические оппоненты».<sup>149</sup>

Выполненные под руководством автора этой статьи исследования показали, что в модели действительности, конструируемой российскими СМИ, существует значительное количество образов «чужих», которые, в свою очередь распадаются на несколько подгрупп разной степени опасности. В частности, в качестве «чужих» в российских СМИ маркируются следующие социальные группы:

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

**2. Представители различных народов и этносов.** Преимущественно негативный контекст сопровождает образы представителей таких национальностей, 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: подчеркивается 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». Много негатива в отношении таких категорий, как «американцы», «китайцы». 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

---

<sup>147</sup> Шипилов А.В. Свои, чужие и другие. М.: Прогресс-Традиция, 2008. – 568 с.

<sup>148</sup> Баженова Е.А., Лапчева С.А. Оппозиция свой – чужой в политическом дискурсе // Современная политическая лингвистика / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003. – С. 16–18.

<sup>149</sup> Чудинов А.П. Политическая лингвистика. — М.: Флинта-Наука, 2006.

и евреям, которые не все сионисты». Или: «Здесь очень простая математика: если у них, израильтян, прибыло, то, значит, у нас, русских, убыло».

**3. 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 власти 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 вставать – значит, велик соблазн приобретать для розничной продажи не самые качественные лекарства».

**4. На четвертом месте в перечне «чужих» – мигранты и приезжие.** Их обвиняют в том, что они отнимают рабочие места у коренных жителей, нарушают привычный для россиян порядок жизни.

**5. Что касается отношения к религиозным конфессиям,** то 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"».

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

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

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

### **Что делать с «чужим»?**

История человечества выработала несколько форм отношения к «чужому». Их можно сгруппировать следующим образом.

В первую группу можно включить относительные позитивные модели организации взаимоотношений с «чужими». Это: мультикультурализм, транскультурализм, интеркультурализм.

Под мультикультурализмом обычно понимают сосуществование многих культур в одном месте, без преобладания какой-либо одной культуры в регионе. Создавая широчайший спектр человеческих различий, приемлемых для большого числа людей, мультикультурализм стремится к преодолению расизма, различия полов и других форм дискриминации. Другими словами, мультикультурализм – теория и практика признания и уважения различных культур, религий, рас, этничностей, мнений внутри

окружающей среды. Согласно мультикультуралистской точке зрения допускается и прием страной представителей разнообразных культур, и спокойное отношение к тому, что меньшинства остаются «неинтегрированными». Необходимо распахнуть двери для всех, кто хочет стать членом общества, а степень ассимиляции должна определяться желанием и способностью каждого отдельного индивида.

Транскультурализм требует не просто поддерживать ценностное равенство и самодостаточность разных культур, как это делает мультикультурализм, но обеспечивать их открытость и взаимную вовлеченность. Здесь действует принцип не дифференциации, а интерференции, «рассеивания» символических значений одной культуры в поле других культур. Если «многокультурие» настаивает на принадлежности индивида к «своей», биологически предзаданной, «природной» культуре («черной», «женской», «молодежной» и т.д.), то «транскультурализм» предполагает диффузию исходных культурных идентичностей по мере того, как индивиды пересекают границы разных культур и ассимилируются в них. Вместе с тем транскультуру не следует отождествлять с глобальной культурой, распространяющей одинаковые модели (преимущественно американские) на все человечество. Транскультура есть не общее и идентичное, присущее всем культурам, но культурная разнообразие и универсальность как достояние одной личности. Транскультура – это состояние виртуальной принадлежности одного индивида многим культурам.

Модель интеркультурализма возникает в ответ на либеральную критику мультикультуралистской концепции. Если главный принцип мультикультурализма – разделение культур и сохранение культурных различий, то интеркультурализм полагает, что эти различия динамичны и могут смешиваться. Наличие меньшинств, их творческий потенциал рассматривается не как проблема, а как преимущество – ресурс для экономического, социального и культурного развития. Интеркультурализм предполагает наличие общих интересов у граждан разных национальностей и религий, объединяемых общей же гражданской ответственностью за свою страну. Интеркультурализм обозначает необходимость выравнивания возможностей выбора культуры и культурного статуса индивида/группы, подразумевающего социальную и культурную эмансипацию при принятии базовых правил взаимодействия и создания для него единых условий.

В нейтральную группу форм взаимоотношений с «чужими» целесообразно включить пока одну такую форму – бездействие. Бездействие означает пустить все на самотек, в надежде, что все само собой как-нибудь образуется. Почему-то само собой ничего не образуется, и эта форма организации взаимоотношений довольно быстро заменяется на другие.

В третью группу форм взаимоотношений с «чужими» целесообразно включить враждебные модели. К ним относятся: изоляционизм, апарtheid, ассимиляторство, насилие.

**Изоляционизм** предполагает запрет на культурное многообразие, включая запрет на въезд в страну и проживания в ней посторонних, отличающихся от основного населения в культурном плане.

**Апартеид** не закрывает представителям культурных меньшинств доступ в страну (как правило, потому что это по определению невозможно), но предусматривает полный запрет на их ассимиляцию.

**Ассимиляторство** заключается в том, чтобы допускать в страну приезжих, но при этом проводить политику их ассимиляции, ограничивая тем самым масштабы влияния посторонних на культуру принимающего общества. Этот подход связан с культурным воздействием на иммигрантов, но он может применяться и в отношении коренных народов.

**Насилие** как форма отношения к «чужим» предполагает физическое уничтожение носителей (живых и вещественных) иной культуры. Самый яркий пример – идея «арийской расы» и «очищения» земли от иных представителей человечества кроме тех, кто обладает достаточной силой для осуществления такого геноцида. В настоящее время технология насилия активно применяется талибами и некоторыми другими террористическими движениями.

### Медианасилие

В современном мире информационные агрессии разного типа становятся важной частью коммуникации между государствами, бизнес-корпорациями, различными экономическими и политическими акторами. Плацдармом информационной агрессии и одновременно ее целью являются информационные системы с одной стороны, и психика людей с другой.

Что касается информационных систем (ИС), то речь идет о вторжениях в информационные системы предприятий и организаций (а иногда и суверенных государств) и о наносимом этими вторжениями ущербе. Существует обширная литература, в которой описаны стратегии и технологии таких вторжений, а также алгоритмы обнаружения вторжений и защиты от них.<sup>150</sup>

Что касается информационной агрессии, адресатом которой является население страны, или определенные группы граждан, то в современной науке (и практике) существует несколько подходов к осмыслению такого рода действий.

Некоторые исследователи рассматривают информационную агрессию как часть военных действий. Среди российских исследователей такой точки зрения придерживаются А.В. Манойло, С.А. Комов, И.И. Завадский, В.И. Цымбал, Р.Р. Фоглеман и многие другие. Вот как выглядит определение информационной войны, данное С.А. Комовым: «Информационная война – это комплекс информационной поддержки, информационных контрмер, мер информационной защиты, предпринимаемых в соответствии с единым планом и нацеленных на достижение и поддержание информационного превосходства над противником во время боевых действий»<sup>151</sup>.

---

<sup>150</sup> См.: напр. Сердюк В. Вы атакованы – защищайтесь! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bitemag.ru/articles/detail.php?ID=9036>

<sup>151</sup> Комов С.А. Информационная борьба в современной войне: вопросы теории // Военная мысль. – 1996. – №3. – С. 73.

Сторонники другого подхода, который можно назвать геополитическим, рассматривают информационную агрессию как самостоятельное средство достижения внешнеполитических целей государств (Н.Н. Панарин, Г.В. Емельянов, А.А. Стрельцов). Г.В. Емельянов и А.А. Стрельцов дают следующее определение: «Информационная война – это особый вид отношений между государствами, при котором для разрешения существующих межгосударственных противоречий используются методы, средства и технологии силового воздействия на информационную сферу этих государств<sup>152</sup>».

Есть и третий подход, в рамках которого информационная агрессия рассматривается как вид коммуникации, направленной на манипулирование массовым сознанием, как в долгосрочной, так и краткосрочной перспективе. Яркий представитель этого подхода – Г.Г. Почепцов, который определяет информационные войны как «коммуникативную технологию по воздействию на массовое сознание с кратковременными и долговременными целями. Целями воздействия является внесение изменений в когнитивную структуру, чтобы получить соответствующие изменения в поведенческой структуре»<sup>153</sup>.

### Стратегические модели медиа-агрессии

В работах, посвященных проблемам воздействия, весьма активно используются понятия стратегии и тактики. Не вдаваясь в анализ разных подходов к определению этих понятий, укажем, что любая стратегия состоит из двух обязательных элементов: основных целей, на достижение которых направлена деятельность субъекта, и эффективных, по какому-то критерию, способов (технологий) достижения этих целей.

Коммуникативной целью будем называть (вслед за Е.В. Клюевым) стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт. Объявить импичмент, подать на развод, взять на себя обязательства по послепродажному обслуживанию – это ключевые речевые составляющие коммуникативного поведения в данной ситуации, реализующие ту или иную коммуникативную интенцию, то есть, намерение индивида-коммуниканта (или корпоративного коммуниканта, представляющегося как индивид) осуществить то или иное действие через коммуникативный акт или с его помощью.<sup>154</sup>

### Речевые ресурсы медиа-агрессии

Понятно, что цель коммуникации определяет систему используемых средств. По мере развития человеческого общества связь между целью и средством усложняется. Средства отдаляются от целей, приобретают самостоятельность. Эта самостоятельность варьирует от абсолютной (когда

---

<sup>152</sup> Емельянов Г.В., Стрельцов А.А. Информационная безопасность России. Основные понятия и определения: учеб. пособие. Ч. 1 / под общ. ред. проф. А. Прокопьева. – М.: РАГС, 1999. – С. 84.

<sup>153</sup> Почепцов Г.Г. Информационные войны. – М., 2000. – С. 20.

<sup>154</sup> Клюев Е.В. Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия. – М., 2002. – С.13.

средства перестают быть, собственно, средствами, и превращаются в самоцели) до полной подчиненности средств целям.

Говоря о медиа-агрессии, прежде всего обращают внимание на речевые средства<sup>155</sup>. В современной лингвистике словосочетания *речевая* (словесная, языковая, вербальная, коммуникативная) *агрессия, язык вражды, словесный экстремизм, дискурс ненависти* стали почти терминологическими. Мы рассматриваем речевую агрессию как **целенаправленное, мотивированное, преимущественно контролируемое** (через сознательный выбор речевых стратегий и тактик, а также отбор речевых и языковых средств) **речевое поведение**. Речевая агрессия может проявляться в рамках любого типа общения (межличностного, группового, массового) и любого дискурса, независимо от его временных и национальных факторов. В основе агрессивного общения независимо от типа коммуникации лежит **установка адресанта на антидиалог**. Данный тип речевого поведения характеризуется двойной интенцией: выражение негативного отношения к кому-либо (*аффективный вектор речевой агрессии*); ориентация на субъектно-объектный тип общения с адресатом, которая проявляется в деструктивном речевом поведении (*прагматический вектор*).

Вот лишь некоторые из речевых ресурсов медиаагрессии.

**Выбор / конструирование слов и выражений.** Наиболее распространенным и лучше всего освоенным языковым инструментом, который используется для целей речевого воздействия, конечно, является выбор слов и эквивалентных им сочетаний, в частности фразеологизмов. В силу разнообразия лексической семантики выбор слов оказывается универсальным инструментом, с помощью которого осуществляются самые разные виды воздействия.

В значении многих слов имеется эмоциональная составляющая, и посредством выбора таких слов можно оказывать сильное эмоциональное воздействие (особенно если оно дополняется другими средствами). Например, обрушивая на читателя непрерывный поток упоминаний о предательстве, мародерстве, идеологическом навозе, разрушительной волне, неудержимом падении, подлых идеях, кошмарной интервенции, страшном нашествии, лженаучных теориях, человеконенавистнических учениях, варварском нашествии, вонючем омуте и т.д.<sup>156</sup>, человека вполне можно возбудить, обозлить, запугать и таким образом модифицировать его поведение.

Часто эмоциональное воздействие оказывается совместно с влиянием на социальные представления с помощью слов, в которых фиксируется отношения «свой/чужой» (а через них и оценка): агрессия – «оказание поддержки враждебной нам стороне», (интернациональная) помощь – «оказание поддержки дружественной нам стороне»; зверства – «осуществляемые ими убийства», возмездие, зачистка – «осуществляемые

---

<sup>155</sup> См.: например: Речевая агрессия, 1997; Агрессия в языке и речи, 2004; Речевая агрессия в современной культуре, 2005 и др.

<sup>156</sup> Примеры из небольшого фрагмента редакционной статьи «Политика измены» («Советская Россия» от 19 августа 1995 г.).

нами убийства»; стабильность – «политико-экономические условия, соответствующие нашим интересам», нестабильность – «политико-экономические условия, не соответствующие нашим интересам»; гибкость – «мой компромисс», беспринципность – «его компромисс» и т.д.

Важную роль в установлении отношений «свой/чужой» с аудиторией играет использование жаргона, а также точный выбор обращения (кому-то приятно считаться господами, кому-то – товарищами, а кому-то – земляками, коллегами, соотечественниками, братвой, мужиками и т.д.) и надлежащее использование местоимения «мы». В частности, пользуясь тем или иным жаргоном (например, говоря о соборности, мировой закулисе, временном оккупационном режиме, отечественном товаропроизводителе, номенклатурном реванше, белопридурках или обещая мочить террористов в сортире), говорящий обозначает себя как принадлежащего к той же группе, что и другие носители данного жаргона; или выказывает некое специфическое уважение к данной группе, ее ценностям, методам и так далее; или, по крайней мере, сообщает о своей осведомленности о наличии такой группы.

Очевидное средство указания – это выбор привычных и понятных (или, наоборот, непривычных и непонятных – если текст предназначен для узкого круга посвященных) слов. Примером последних может послужить всякого рода софистицированная лексика – замечательный термин, который иллюстрирует сам себя, софистицированный означает «мудреный».

С помощью выбора слов осуществляется воздействие и на образ действительности. Чаще всего приходится встречаться с уже упоминавшимися эвфемизмами – словами, представляющими действительность в более благоприятном свете, чем она могла бы быть представлена. Кстати, это означает и то, что эвфемизмы часто имеют позитивную эмоциональную окраску, оказывая тем самым и эмоциональное воздействие. Языковые механизмы, стоящие за эвфемизмами, различны. Например, называя гражданскую войну событиями, говорящий использует излишне абстрактное описание ситуации, при котором многое (реально самое важное) оказывается невысказанным, однако и называя ее крупномасштабными столкновениями вооруженных группировок в борьбе за власть, он тоже манипулирует образом действительности, ибо такое описание (словарное определение гражданской войны) разрушает единый образ ситуации – иначе говоря, за деревьями исчезает лес. Называя нечто трагедией, а не преступлением, говорящий тем самым делает неуместным разговор об ответственности, ибо у преступления виновник есть, а у трагедии его нет.

Эвфемистическими часто являются смещенные оценочные шкалы. Например, в практике судейства на собачьих выставках оценка «хорошо» реально означает «плохо» (ее получение описывается жаргонным выражением словить хорька, эмоционально-оценочная окраска которого очевидна), «очень хорошо» означает «удовлетворительно», а «отлично» значит «хорошо»; более высокой оценкой является присуждение собаке призового места (вывод в расстановку) и специальных званий типа САС, САСИВ, ЛПП и т.п.

Для воздействия на структуру ценностей могут использоваться слово-сочетания, обеспечивающие модификацию привычных категорий – так в свое время в русском языке советского периода появились на свет абстрактный гуманизм в противоположность пролетарскому, пролетарский же интернационализм, реальный социализм, интернациональная помощь и другие подобные выражения. Существительное в таких выражениях обозначает недоопределенную ценность, которая для всех желанна, но всеми понимается по-разному, а с помощью определения фиксируется некоторое специальное ее понимание, часто резко противопоставленное стандартному и при этом невыводимое из значения определения по стандартным правилам. Определение в таких выражениях обычно бывает эмоционально окрашено и ссылается на другую ценность.

Другой разновидностью модификаций привычных категорий является выбор нестандартного обозначения, применяемый для описания действий той стороны, к которой автор пытается вызвать антипатию, – так появляются выражения типа «приверженцы подобного курса»; «те, кто руководит всем этим» и т.п.

Еще одним резервом речевого воздействия посредством лексического выбора является создание (иногда заимствование) новых слов и выражений. В русском языке для этого имеются немалые возможности – конструирование выражений терминов типа ельцинократия, мировая закулиса, мондиализм или жидомасонство. Дополнительной возможностью, имеющейся в русском языке, является изобилие эмоционально окрашенных суффиксов (они имеются далеко не во всех языках).

К этой же группе средств воздействия относятся плеоназмы. Плеоназмы (*от греческого pleonasmos – избыток*) – это речевые излишества, избыточные слова. При удачном употреблении они несут эмоциональную нагрузку. При неудачном – могут вводить в заблуждение.

Вряд ли могут вызвать путаницу плеоназмы «самый лучший», «истинная правда», «путь–дорога», так как они составлены из очень простых, обыденных слов. Они служат для эмоционального удара и не искают смысла слов. Не искажают смысла слов и такие простые эмоциональные повторы: «самый–самый», «честное–пречестное», «правда–правда», «высоко–высоко», «яснее ясного»…

Хуже, когда плеоназмы используются в официальной речи. В работе Е. Репина и Н. Репиной<sup>157</sup> приведено множество смешных плеоназмов, в том числе и из сферы политического и научного общения.

Андрей Мирошниченко<sup>158</sup> добавляет примеры того, как соединяются слова, имеющие несколько схожих коннотативных сем, и в результате акцентировка значения на этих семах многократно возрастает: «глубокая заинтересованность», «широкая палитра мнений», «внимательно и всесторонне изучается» и т.д.

---

<sup>157</sup> Репин Е., Репина Н. Мистификаторы и пустозвоны (негодный язык общественных дисциплин) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://samlib.ru/t/repin\\_e\\_n/mistpusthtml.shtml](http://samlib.ru/t/repin_e_n/mistpusthtml.shtml)

<sup>158</sup> Мирошниченко А. Коммуникации и деловое общение в инновационной сфере. – М.: Книжный мир, 2008.

**Выбор синтаксических конструкций.** Достаточно широкий выбор средств речевого воздействия предоставляет синтаксис. Выбор синтаксической конструкции способен, в частности, менять точку зрения, включать или не включать в фокус внимания тех или иных участников ситуации и тем самым достигать того же эвфемистического эффекта – или, напротив, избегать его.

Хорошо известный и описанный прием речевого воздействия – это использование пассивного залога вместо активного и так называемая номинализация, то есть перевод словосочетания с глаголом в отглагольное существительное (захвачены заложники, захват заложников): при использовании пассивного залога информация о реальном производителе действия может не упоминаться без того, чтобы возникло ощущение неполноты сказанного; на первый план выходит само событие, а ответственность за него вроде бы никто и не несет.

Особая усложненность синтаксиса может быть средством сознательного сужения числа адресатов, к которым адресован текст, то есть служить средством разделения на «своих» и «чужих».

Для целей речевого воздействия может использоваться упорядочение элементов в конструкциях с сочинительными союзами. Порядок их следования обычно является неслучайным, и, помещая какой-то элемент на первое место, говорящий способен, помимо прочего, устанавливать отношения «свой/чужой» (например, о матче между «Спартаком» и «Локомотивом» будет говорить болельщик «Спартака» и приглашать слушающего к солидарности с собой и со «Спартаком», а о французско-российской встрече на высшем уровне – явно только француз), а также устанавливать иерархические отношения в образе действительности (воздействовать на иерархии ценностей такими средствами едва ли перспективно).

Общая формула этих приемов выглядит так: конкретный субъект действия или источник информации не называется – создается представление об объективном характере действия или информации. Активно используется такой прием, как манипуляция главными и вторичными предикатиями. Суть приема заключается в том, что предикативное ядро предложения не является главным по значимости или по смыслу. И наоборот, главный по значимости элемент информации выражается причастиями, деепричастиями, существительными действия и т.д. Таким образом, прием имеет две модификации: он позволяет либо прятать нежелательную предикцию, либо выдвигать менее значимую, но желательную, на первый план.

**Выбор макроструктур.** Макроструктуры (относительно новый, но быстро ставший общеупотребительным термин нидерландского лингвиста Т.А. ван Дейка) – это такие средства организации языковых текстов, которые выходят за пределы предложения. Существуют макроструктуры, имеющие четко выраженные соответствия в поверхностной форме текста, и такие макроструктуры, которые организуют его содержательную сторону, притом, что форма их выражения может быть весьма разнообразной. К числу первых относятся диалогические макроструктуры, некото-

рые из «фигур речи», традиционно изучаемых в риторике, например параллелизм, а также некоторые другие макроструктуры – например списки. Ко вторым относятся так называемые нарративные структуры, в соответствии с которыми строятся рассказы о каких-то событиях (экспозиция – завязка/возникновение проблемы – поиск пути решения проблемы и т.д.); различные эмоциональные структуры, представляющие собой стратегии построения текста в соответствии с моделями, фиксирующими эмоционально значимые последовательности состояний или событий (успех, неудача, упорство и т.п.); риторические структуры типа используемых в аргументации; каузальные (причинно-следственные) и ряд других структур. Все они обладают потенциалом речевого воздействия. Распространенными приемами в политических текстах являются диалогизация и использование вопросно-ответных структур; декларации намерений почти неизбежно оформляются в виде списков и так далее.<sup>159</sup>

**Управление скрытыми смыслами.** Выражения естественного языка очень часто бывают неоднозначными, причем причины этого разнообразны – наличие у слов многих значений, неоднозначность синтаксических конструкций (классический пример – три значения конструкции с родительным падежом статуя Фидия: «принадлежащая Фидию», «изваянная Фидием» или «изображающая Фидия»), неясность того, к чему относятся слова или местоимения («Харриер» настолько близко подлетел к аргентинскому самолету, что только мужество и хладнокровие пилота [которого из двух?] предотвратили катастрофу), возможность извлечения различных и порой несовместимых логических выводов. Все эти источники неоднозначности могут использоваться для «приглашения» слушающего ко вполне определенному, выгодному для говорящего пониманию, ответственность за которое говорящий в случае чего может отрицать.

В последние годы большое внимание уделяется исследованиям так называемой имплицитной информации.<sup>160</sup> Речь идет об использовании ме-

---

<sup>159</sup> Паршин П. Речевое воздействие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://imc.rkc-74.ru/dlrlstore/4/4be4c290-3db5-c4ef-05a5-6aac5078c5b3/1009689A.htm>

<sup>160</sup> Проблемы имплицитной информации рассматриваются в следующих работах: Баранов А.Н. Что нас убеждает. – М., 1990; Барт Р. «Глубинная» реклама // Барт Р. Мифологии. – М., 1996; Городецкий Б.Ю. Компьютерная лингвистика: моделирование языкового общения // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 24. – М., 1989; Грайс П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. – М., 1985; Доценко Е.Л. Психология манипуляции. – М., 1996; Имплицитность в языке и речи / под ред. Е.Г. Борисовой, Ю.С. Мартемьянова. – М.: «Языки русской культуры», 1999; Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – М., 2000; Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. – Л., 1978; Лебон Г. Психология народов и масс. – СПб., 1995; Московичи С. Век толп. – М., 1998; Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. – М., 1999; Николаева Т.М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенционального. – М., 1988; Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. – М., 1985; Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. – М., 1986; Падучева Е.В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью. – М., 1985; Пирогова Ю.К. К типологии ложных умозаключений в рекламном дискурсе // Труды Международного семинара по компьютерной лингвистике и ее приложениям. Том. 1. – Протвино, 2000;

тафор, примеров и аналогий. Все они участвуют в осуществлении когнитивных операций, предполагающих соотнесение различных понятийных сфер и различных миров. Речевое воздействие инициирует эти когнитивные операции, и они часто рассматриваются (не совсем корректно) как принадлежность текста, а не модели мира, и как средство речевого воздействия. Точнее следует говорить о речевых средствах запуска когнитивных операций метафорического переноса, экземплификации и построения аналогии. Помимо метафор, примеров и аналогий, опирающихся на некоторый «запас» знаний, важную роль в общении играют также операции несколько иного типа – метонимический перенос (использование выражений типа Грозный для обозначения чеченского режима 1990-х годов и сопутствующие такому употреблению понятийные операции) и установление отношений между предъявляемым текстом и некоторыми другими текстами, что позволяет мобилизовать для воздействия на адресата потенциал многих других текстов, фильмов, музыкальных произведений и т.д.

Управление логическим выводом может осуществляться за счет такого уже упоминавшегося выше приема, как выбор слов и выражений, заставляющий слушающего осуществлять какие-то смысловые операции или, наоборот, предотвращать какие-то нежелательные для говорящего выводы. Например, задавая вопрос «Разве вы не знаете, что беспорядки в Х уже прекратились?», говорящий в неявном виде сообщает слушающему:

а) о том, что беспорядки прекратились (это так называемая пресуппозиция, или презумпция, глагола «знать»: знают то, что истинно, тогда как, например, полагать можно что-то и ошибочно);

б) о том, что они имели место (это пресуппозиция глагола «прекратиться»);

в) о том, что говорящий пока не получил свидетельств обратного, был уверен, что слушающий знает о прекращении беспорядков (это часть значения слова «разве»).<sup>161</sup>

В статье Ю.К. Пироговой «Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений)»<sup>162</sup> показано, что ряд эффективных механизмов коммуникативного воздействия основан на использовании информации, которая представлена в сообщении в скрытом виде. Речь идет о таком

---

Плаус С. Психология оценки и принятия решений. – М., 1998; Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998; Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Под ред. Пироговой Ю.К., Паршина П.Б. – М., 2000; Солсо Р.Л. Когнитивная психология. – М., 1996; Стросон П. О референции // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 13. – М., 1982; Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. – СПб.-М., 1997; Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987 и др.

<sup>161</sup> См.: Паршин П. Речевое воздействие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://imc.rkc-74.ru/dlrstore/4/4be4c290-3db5-c4ef-05a5-6aac5078c5b3/1009689A.htm>

<sup>162</sup> Пирогова Ю.К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ae-lib.org.ua/texts/pirogova\\_information\\_ru.htm](http://www.ae-lib.org.ua/texts/pirogova_information_ru.htm)

способе передачи информации, при котором она в явном виде не выражается, но с необходимостью извлекается адресатом при интерпретации сообщения. Адресат может использовать при этом свои знания о мире и социальные стереотипы, представления о традициях речевого этикета или о речевых стратегиях и намерениях адресанта, сведения о свойствах используемого языка или иных семиотических систем. Имплицитная информация является неотъемлемой частью любого сообщения.

Например, в рекламном заголовке «Что делает сигареты R1 Minima особыми?» имплицитно вводится суждение «Сигареты R1 Minima являются особыми». Фраза «Мы не играем в пирамиды» (один из девизов Уникомбанка), подразумевает, что успех других банков, возможно, основан на использовании финансовых пирамид, и поэтому рекламируемому банку больше оснований доверять.

Имплицитная информация часто используется в рекламной и PR-коммуникации также для присвоения объекту оценочных значений и повышения этой оценки. Например, «Почему «Волшебный» особенно полезен?» (реклама йогурта); «Что делает видеомагнитофоны «Akai» такими замечательными?». Все эти вопросы имплицитно содержат оценочные суждения «"Волшебный" особенно полезен»; «"Akai" такие замечательные». Именно имплицитная информация придает особую эстетическую силу рекламе автомобиля «Крайслер Вайпер»: «Мест не более чем для двоих. Вообще нет места для багажа. Нет боковых окон. Нет внешних дверных ручек. Нет зеркала заднего вида. Цвет только красный. И мы еще имеем наглость просить за него 215 тысяч баксов».

Однако речевые ресурсы отнюдь не исчерпывают богатый арсенал медиаагрессоров.

### Технологии медиа-агрессии

Процесс использования средств обозначается понятиями «способ», «метод», «технология».

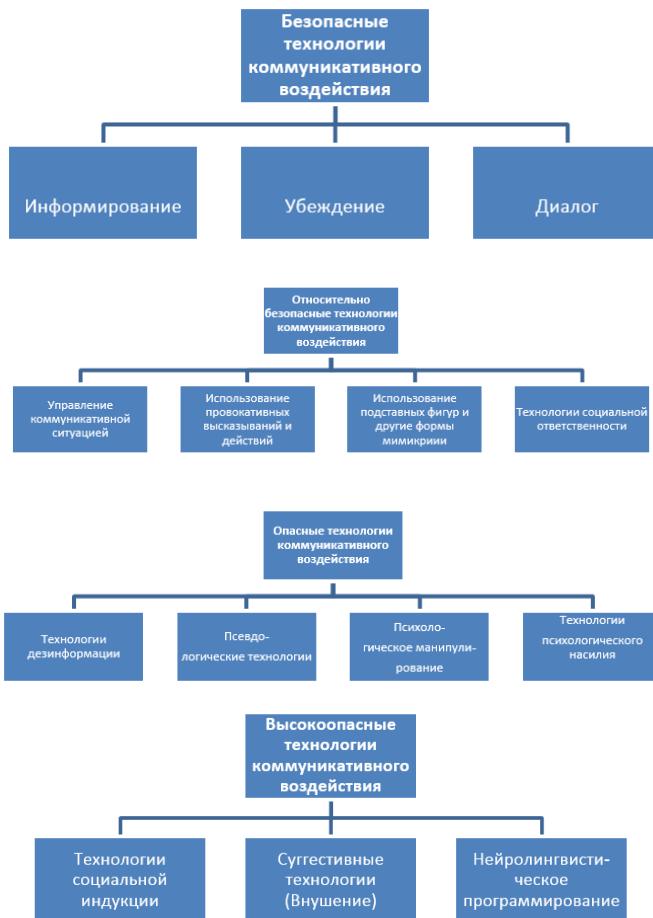
Понятием «технологии» предлагается обозначать совокупность способов (методов) деятельности, прошедших практическую и научную проверку, доведенных до совершенства и представленных в виде такого алгоритма, который может быть многократно использован для решения сходных задач, достижения заданных результатов.

Для группировки различных технологий в некие комплексы, можно использовать несколько критериев. Например, критерий психологической опасности. Этим понятием обозначается степень угрозы для психического здоровья человека. Само содержание понятия «безопасность» означает отсутствие опасностей или наличие возможностей надежной защиты от них. Опасность же рассматривается как наличие и действие различных сил (факторов), которые являются дисфункциональными, дестабилизирующими и/или деструктивными по отношению к какой-либо системе. Причем дисфункциональными, дестабилизирующими или деструктивными факторами являются такие силы, которые нарушают нормальное

## Российские СМИ: как создается образ врага

функционирование системы, вплоть до вывода ее из строя и полного уничтожения.<sup>163</sup>

С этой точки зрения, можно выделить следующие технологии коммуникативного воздействия:



<sup>163</sup> Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. – М.: Изд-во РАГС, 1998. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.psichology.vuzlib.net/book\\_0613\\_page\\_10.html](http://www.psichology.vuzlib.net/book_0613_page_10.html)

## Заключение

Подведем некоторые итоги. Анализ существующих практик коммуникативного воздействия на сознание и поведение людей, показал, что в информационно-психологической войне главным объектом агрессии является общественное, групповое и индивидуальное сознание, а информация выступает лишь носителем определенных сигналов, которые должны вызвать существенные изменения в сознании и поведении людей. Информационные технологии, применяемые в психологических операциях, воздействует на когнитивные структуры человека. В результате у него образуется новая модель (картина) мира, как правило, выгодная для манипулятора. В качестве информационного оружия в этом аспекте возможно введение следующих типов информации: «введение новой, неизвестной объекту воздействия информации; введение искаженной информации; введение новых правил обработки информации (с помощью порождения сомнения в верности старых правил)»<sup>164</sup>.

Усложнение и высокая динамика социальных процессов, умножение и повышение плотности информационных потоков, появление принципиально новых средств воздействия делают многих людей марионетками в руках искусственных манипуляторов.

Современная наука уделяет этой проблематике огромное внимание. При этом отчетливо выделяются две основные позиции. Сторонники одной – и их подавляющее большинство – увлеченно занимаются выполнением заказов на разработку все более эффективных технологий воздействия на людей. К удовольствию автора этой работы, подобные концепции встречают все более мощный отпор.

Представители другой позиции, видимо, ощущающие себя некими высшими существами, препарируют «объекты воздействия», с отстраненным любопытством анализируя процессы, факторы и результаты коммуникативного воздействия.

И есть очень небольшая группа исследователей, которые стремятся разработать модели, схемы, технологии, использование которых поможет защитить личность от скрытого воздействия, делающего человека средством, инструментом чьих-то амбиций и желаний. Поможет сохранить в условиях тотального воздействия на умы и поступки свое право на самостоятельность мысли, право на индивидуальность, право на выбор.

И последнее. Да, конечно, никто, кроме самой личности не сможет защитить ее от нежелательного воздействия. Безусловно, прав Иммунил Кант, когда-то сказавший: «Имей мужество пользоваться собственным умом». Однако очевидно, что хотя ресурсы самозащиты личности велики, но не безграничны. Поэтому возникает вопрос о создании системы общественного противодействия информационным агрессиям. Необходимость вмешательства общественности в решение проблемы защиты от массовых форм воздействия уже очевидна и любые инициативы здесь были бы востребованы.

*Опубликовано в сборнике «Journalistische ethik und medien Im postsowjetischen Raum» («Журналистская этика и деятельность СМИ на постсоветском пространстве»). – Moldova-Institut Leipzig, 2017.*

---

<sup>164</sup> Кулаковская В. Информационные войны – это реалии. И бизнес должен знать об этом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rabota.ua/BeAware/News/Info.xpx?NewsId=541>

## ЭКОЛОГИЯ МЕДИАСРЕДЫ: ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

(И.М. Дзялошинский)

### Введение

Д.С. Лихачев писал о том, что заботы экологов должны распространяться не только на условия, в которых живет человек в природе, но и на условия, в которых человек существует в создаваемой им культуре. Культура может быть более высокой и менее высокой, более удобной для жизни и менее удобной. То и другое не совпадает, хотя и соприкасается. Но соприкасаются между собой и экология природы, и экология культуры, ибо человек не противостоит природе, а представляет собой часть природы. Поэтому экология культуры вместе с экологией природы составляют единое целое, лишь условно различаемое в целях удобства изучения.<sup>165</sup>

Размышляя о причинах, приводящих к катастрофическим изменениям экологической ситуации, все большее количество авторов приходит к выводу, что природные процессы и катаклизмы последнего времени связаны и прямо, и опосредованно со сбоями и содержательными трансформациями в системе коммуникаций «человек – природа». Не трудно предположить, что, подобно эху в горах, вызывающему сход лавин, эти ответы природы обусловлены антропогенными загрязнениями, то есть результатами человеческой деятельности, иначе говоря – результатами культуры.<sup>166</sup>

Развивая эти идеи, М.Н. Эпштейн пишет следующее: «Представление экологии о том, что ее предмет – "природа как она есть сама по себе", а ее цель – защита этой первозданной, невинной природы от посягательств культуры, вполне могут перерости в эковарварство и экофашизм, в нигилизм по отношению к культуре, если не отдать себе отчета, что природа, именно в своем экологическом (а не космическом, не физическом, не биологическом) аспекте, и есть создание культуры».<sup>167</sup>

Довольно быстро было осознано, что культура и коммуникация – две стороны одной медали. Появились работы, посвященные проблемам экологии информации и коммуникации.<sup>168</sup> Можно выделить несколько ос-

---

<sup>165</sup> Лихачев Д.С. Экология культуры // Прошлое – будущему. – Л.: Наука, 1985; Лихачев Д.С. Русская культура. – СПб., 2000.

<sup>166</sup> Баркова Э.В. Экология межкультурных коммуникаций: поиски и стратегии новых парадигм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologiya-mezhkulturnyh-kommunikatsiy-poiski-i-strategii-novyh-paradigm>

<sup>167</sup> Эпштейн М.Н. Наброски к экологии текста // Комментарии. – М.; СПб., 1997. – № 13. – С. 3–41.

<sup>168</sup> Кириллова Н.Б. Медиакультура новой России. – М.: Академический Проект, 2007; Mettler-Meibom B. Soziale Kosten in der Informationsgesellschaft: Überlegungen zu einer Kommunikationsökologie. – Frankfurt a.M., 1987; Стальдер Ф. Экология информации: системный подход к медиасреде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media-ecology.blogspot.com/2011/04/blog-post.html>

новых дискурсов, в рамках которых развиваются эти исследования: философский<sup>169</sup>, культурологический<sup>170</sup>, социологический<sup>171</sup>, психологический<sup>172</sup>; лингвистический<sup>173</sup>. Отдельно следует упомянуть о таком активно развивающемся направлении, как медиаэкология<sup>174</sup>.

<sup>169</sup> Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестник Моск. ун-та. Серия 7: Философия. – 1990. – № 2; Левинас Э. Тотальность и бесконечное. – М., СПб.: Университетская книга, 2000; Луман Н. Реальность массмедиа. – М.: Праксис, 2005; Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии. – М.: Прогресс-Традиция, 2009; Назарчук А.В. Учение Никласа Лумана о коммуникациях. – М.: Весь мир, 2012; Савчук В. Неизбежность медиафилософии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk\\_inevitability/](http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk_inevitability/); Савчук В.В. Медиафилософия. Приступ реальности. – СПб.: РХГА, 2014; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – М.: Наука, 2000; Хайдеггер М. Бытие и время. – М.: Ad Marginem, 1997; Хайдеггер М. Путь к языку // Время и бытие. – М.: Республика, 1993.

<sup>170</sup> Жижина М.В. Медиакультура. Культурно-психологические аспекты. – М.: Вузовская книга, 2009; Кириллова Н.Б. Медиакультура новой России. – М.: Академический Проект, 2007; Стрейт Л. Изучение медиа как медиа: МакЛюэн и медиаэкологический подход [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mcluhan.ru/articles/izuchenie-media-kak-media-maklyuen-i-mediaekologicheskij-podkhod/>

<sup>171</sup> Чикагская школа социальной экологии. Город как среда обитания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://bookwu.net/book\\_sociologiya-goroda\\_945/27\\_chikag-skaya-shkola-socialnoj-ekologii.-gorod-kak-sreda-obitaniya](http://bookwu.net/book_sociologiya-goroda_945/27_chikag-skaya-shkola-socialnoj-ekologii.-gorod-kak-sreda-obitaniya); Чумакова В.П. Концепция Герберта Маршалла Маклюэна: медиа в социокультурной динамике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.hse.ru/data/xf/2015/07/27/1084645548/Dissert\\_Chumakova.pdf](https://www.hse.ru/data/xf/2015/07/27/1084645548/Dissert_Chumakova.pdf); Чумакова В.П. Роль Герберта Маршалла Маклюэна в социологии медиа и формировании научного направления «медиаэкологии» // Медиаскоп. – 2015. – № 1.

<sup>172</sup> Винтерхофф-Штурк П. Медиапсихология. Основные принципы. – Харьков: Гуманитарный Центр, 2007; Зимбардо Ф., Лейпце М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000; История экопсихологии. Экологопсихологическая парадигматика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jarki.ru/wpress/2011/10/02/2704/>; Раудспел М. Экопсихология как наука о поведении человека в социальной среде // Человек в социальной и физической среде. – Таллин: 1983; Реан А.А. Психология личности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://proflib.net/ctenie/51552/artur-rean-psikhologiya-lichnosti.php>; Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://sbiblio.com/biblio/archive/harris\\_psi/04.aspx](http://sbiblio.com/biblio/archive/harris_psi/04.aspx)

<sup>173</sup> Иванова Е.В. Экологиcтика и роль метафоры в описании экологических проблем // Вестник Челяб. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2007. – №13 (91). – С. 32–37; Ипполитова Н.А. Русский язык и культура речи: учебник. – М., 2006; Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. – М.: Языки славянских культур, 2008; Пылаева Е.М. Экологиcтика как новое направление в языкоzнании XXI века // Вестник Перм. гос. техн. ун-та. Серия: Проблемы языкоzнания и педагогики. – 2011. – № 5. – С. 106–113; Сквородников А.П. Экология русского языка. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2016; Сорокин Ю.А. Нужна ли нам лингвоэкология? // Вестник Томск. гос. ун-та. Серия: Филология. – 2008. – №2. – С. 24–30; Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис, 2008; Экология русского языка: материалы Всероссийской научной конференции. – Пенза: Изд-во Пензенского гос. пед. ун-та им. В.Г. Белинского, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012.

<sup>174</sup> Сколари К. История медиаэкологии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/2458>; Strate L. Understanding MEA. URL: [http://www.media-ecology.org/publications/In\\_Medias\\_Res/imrv1n1.html](http://www.media-ecology.org/publications/In_Medias_Res/imrv1n1.html)

Помимо медиэкологии в настоящее время возникло несколько новых теорий, которые претендуют на концептуальное оформление более широкого экологического подхода к коммуникации. Например, возникла «коммуникативная экология» – концептуальная модель, используемая в области исследования СМИ и коммуникаций, ориентированная на анализ связи между социальными взаимодействиями и коммуникационными технологиями в физических и цифровых средах. Одним из первых о коммуникативной экологии заговорил Д.Л. Алтейд.<sup>175</sup> А сейчас существует уже большое количество работ в рамках этого подхода.<sup>176</sup> Однако основная часть этих работ посвящена исключительно процессам, связанным с функционированием массовой коммуникации.

Другие исследователи предпочитают пользоваться понятиями «экология коммуникаций» и «экология социокультурных коммуникаций». Это позволяет ставить вопрос о необходимости распространить сферу регуляции коммуникативного пространства на всю культурную среду, включая систему образования как одного из важнейших институтов социализации личности. При этом парадигма экологии коммуникаций оказывается вос требованной в структурах культурно-образовательного пространства не только в практически-прикладном аспекте, но и на мировоззренческом уровне для восстановления статуса фундаментального образования и науки, как и социального статуса педагога, а также для осуществления социокультурного контроля и экспертизы. Вот лишь одно из множества высказываний на эту тему: «Обеспечение в философии культуры приоритета человекоразмерного начала, или приоритета человека над системой, в социокультурных коммуникациях возможно, прежде всего, на основе не только дальнейшего развития теоретического опыта, но и обобщения тенденций, формирующихся в самой культурной практике, и анализа опыта их регуляции. Отсюда – актуализация проблемы регуляции пространства социокультурных коммуникаций, необходимой для их экологизации на основе космопланетарного мировоззрения; без этого аспекта, с нашей точки зрения, проблематизация бытия социокультурных коммуникаций не завершена. Основными средствами такой регуляции являются социально-гуманитарные технологии».<sup>177</sup>

И, наконец, следует сказать о таком направлении исследований, которое обозначается понятием «экология медиапространства». Исследователи, работающие в рамках этого дискурса, полагают, что пришло время отказаться от представления, согласно которому медиа есть некая искусственно созданная человеком сфера, которая в силу каких-то причин иногда выходит из-под контроля и тем самым наносит ущерб некоторым индивидам, не умеющим эффективно использовать медийные инструменты.

---

<sup>175</sup> Altheide D.L. An Ecology of Communication: Cultural formats of control. – New York: Aldine de Gruyter, 1995; Altheide D.L. An Ecology of Communication: Toward a Mapping of the Effective Environment // The Sociological Quarterly. 1994. 35(4)/ P. 665–683.

<sup>176</sup> Communicative ecology. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Communicative\\_ecology](https://en.wikipedia.org/wiki/Communicative_ecology)

<sup>177</sup> Бузская О.М. Современные социокультурные коммуникации: экологико-аксиологическое измерение: дис. ... канд. филос. наук. – М., 2014.

Предлагается поставить вопрос иначе: не пора ли защищать медиапространство от людей? Речь идет о том, что медиапространство подобно природе и так же, как природа, не терпит грубого и неразумного вмешательства. Но большинство людей не осознает, что нарушает объективные законы протекания медийных процессов и что эти нарушения вызывают нежелательные последствия не только во взаимодействии людей с медиасферой, но и в осуществлении других социальных процессов: экономических, политических, демографических и пр., поскольку в настоящее время фиксируется высочайший уровень медиатизации всех сфер жизнедеятельности человека и общества.<sup>178</sup> Именно поэтому появилась настоятельная необходимость выявить и сформулировать проблемы, возникающие в ходе и в результате осуществления людьми различных видов информационно-коммуникационной деятельности.<sup>179</sup> Исследовательские усилия, реализованные в этом направлении, позволили зафиксировать достаточно большой перечень проблем, одной из которых является широкое использование в современных медиа (в том числе в социальных сетях) манипулятивных технологий управления сознанием и поведением людей.

Некоторые авторы полагают, что способность аудитории современных медиа быстро вырабатывать критическую оценку любой информации; «информационная сверхпроводимость», которая обеспечивает скоростное распространение данных; бессрочность хранения этих данных в интернете делают асимметричные и манипулятивные модели коммуникации неэффективными.<sup>180</sup>

Однако другие авторы указывают на то, что и в этой сфере имеются достаточно благоприятные условия для применения манипулятивных техник. И. Засурский, освещая этот аспект, пишет, что «анонимность пользователя в Сети делает форумы и социальные сети идеальным носителем вирусов и провокаций».<sup>181</sup> Более того, некоторые авторы, например, Р. Хиберт, свидетельствуют, что PR-службы по всему миру «прилагают

---

<sup>178</sup> Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012; Дзялошинский И.М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты: монография. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012; Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013; Дзялошинский И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013; Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. – М.: Аспект Пресс, 2014; Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2016.

<sup>179</sup> Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012; Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2016.

<sup>180</sup> Шилина М. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Медиаскоп. – 2009. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/404>

<sup>181</sup> Засурский И.И. Школа Бернейза и школа Айви Ли, или Законы Нового времени // Вестник Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. – 2010. – №4. – С. 44.

много усилий, чтобы использовать новые коммуникационные технологии для пропаганды и контроля сознания в невиданном прежде масштабе».<sup>182</sup>

Для проверки обеих гипотез было решено выполнить специальное исследование, целью которого было выявление и анализ особенностей использования манипулятивных технологий в русскоязычном сегменте интернета. Насколько нам известно, таких исследований до сих пор не проводилось.

### Методика исследования

На основании изучения различных теоретических и эмпирических источников были выделены 67 признаков манипулятивного текста, наличие которых в выбранных текстах проверялось в ходе исследования. Для удобства дальнейшего анализа все признаки были объединены в шесть основных групп:

- 1) общие особенности манипулятивного медиатекста;
- 2) особые способы подачи информации;
- 3) управление восприятием смыслов;
- 4) использование слов, имеющих очевидный манипулятивный потенциал;
- 5) использование синтаксических конструкций;
- 6) использование логических уловок.

Эмпирический материал в данном исследовании был получен с помощью совмещенного метода интент- и контент-анализа. Из множества медиаресурсов, представленных в интернете, были отобраны те медиа, которые к моменту проведения исследования опубликовали не менее 10 достаточно крупных материалов, посвященных событиям 1917 года как наиболее актуальных для тематического поля 2017 года.

Исследование выполнялось следующим образом. Студентам 5 курса факультета журналистики МГУ и магистратуры факультета коммуникации медиа и дизайна НИУ ВШЭ был прочитан цикл лекций по использованию манипуляций в медиа. Затем с ними были проведены практические занятия по определению признаков манипуляции в текстах масс-медиа. После этого были созданы экспертные группы по 2-3 человека, которые анализировали тексты выбранных медиаресурсов и заполняли специальную таблицу, содержащую перечень манипулятивных приемов, отмечая наличие того или иного приема в конкретных медиатекстах. Всего в проекте участвовали 163 эксперта.

### Обобщенные результаты исследования

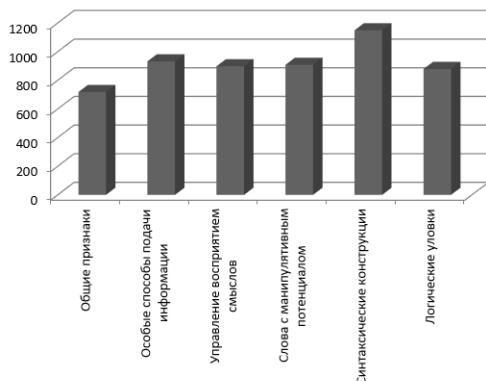
Результаты проведенного анализа свидетельствуют прежде всего о том, что в текстах популярных медиа, размещенных в интернете, активно используются разнообразные манипулятивные приемы (*рис. 1*). Чаще всего применяются сложные синтаксические конструкции, затуманивающие смысл высказываний. Приемами этой группы активно пользуются «Царьград ТВ», «Эхо Москвы», «Православие и мир». На втором месте по

---

<sup>182</sup> Hiebert R. Commentary: New Technologies, Public Relations, and Democracy // Public Relations Review. – 2005. – №31.

частоте использования – особые способы подачи информации. Здесь лидеры те же. И к ним присоединилась «Новая газета». Наиболее популярными особыми способами подачи информации являются следующие: формирование искусственной связи между фактами («Репаблик» – «Слон», «Ведомости»); драматизация событий («The Village», «Завтра.ру», «Царьград ТВ», «Эхо Москвы»); разоблачения («ИноСМИ.ру», «Собеседник»); фрейминг («Комсомольская правда», «Православие и мир»).

Среди общих признаков манипулятивного текста выделяются: многократное повторение одних и тех же мыслей (чаще всего этот прием встречается в материалах таких медиаресурсов, как РИА «Новости», «Эхо Москвы» и «Православие и мир»), а также многословность (РИА «Новости», «Фома.ру», «Православие и мир», «Комсомольская правда», «ИноСМИ.ру», «The Village»).



*Рис. 1. Активность использования медиаресурсами приемов манипуляции, входящих в различные группы*

Управление восприятием смыслов чаще всего осуществляется в проанализированных медиаресурсах с помощью метафор, которые особенно часто встречаются в передачах «Эха Москвы», «Царьграда ТВ», в материалах «Фомы.ру».

Эмоционально окрашенные слова с манипулятивным потенциалом наиболее часто используют «Газета.ру», «Завтра.ру», «ИноСМИ.ру», «Лента.ру», «Новая газета», «Православие и мир», РИА «Новости», «Собеседник», «Царьград ТВ», «Эхо Москвы».

В группе «Логические уловки» чаще всего встречался прием «ссылка на авторитеты». Наиболее активно он используется в таких медиаресурсах, как «Аргументы и факты», «Ведомости», «Life.ru», РИА «Новости», «Фома.ру».

Большой исследовательский интерес представляет проведение сравнительного анализа использования манипулятивных приемов в медиа, которые можно отнести к разным категориям:

- 1) массовые<sup>183</sup> / качественные<sup>184</sup>;
- 2) прогосударственные<sup>185</sup> / альтернативные<sup>186</sup> / независимые<sup>187</sup>;
- 3) «патриотические»<sup>188</sup> / «либеральные»<sup>189</sup>;
- 4) религиозные / нерелигиозные;
- 5) имеющие печатную и электронную версии / существующие только в интернете;
- 6) информационные агентства / прочие медиа.

Данные, приведенные на *рис. 2*, свидетельствуют о том, что качественные медиа значительно чаще, чем массовые, используют слова с манипулятивным потенциалом, а также прибегают к приемам, входящим в группу «Управление восприятием смыслов». В массовых медиа несколько активнее используют логические уловки и особые способы подачи информации.

Прогосударственные медиа, вошедшие в проанализированный массив, можно назвать рекордсменами по всем группам манипулятивных приемов (*рис. 3*). А независимые медиа, в свою очередь, в использовании приемов манипуляции опережают альтернативные медиа по всем группам (кроме группы «Особые способы подачи информации»).

Как видно на *рис. 4*, в текстах «патриотических» медиа почти в 2 раза чаще, чем «либеральных», присутствуют общие признаки манипуляции. Также в «патриотических» ресурсах чаще встречаются логические уловки

---

<sup>183</sup> Массовые медиа, как правило, ориентируются на универсальное содержание и неспециализированную аудиторию. Используют литературно-разговорный язык, избегают использовать сложные образы и не всем доступные понятия.

<sup>184</sup> Показателями качественного медиа может быть наличие в нем материалов, в которых рассматриваются серьезные проблемы, причем уровень рассмотрения достаточно глубокий, авторами являются высокопрофессиональные журналисты, признанные специалисты и ученые, деятели культуры и т.д. Публикуемые тексты отвечают всем канонам журналистики, логичны и убедительны, а языком, которым они написаны, безупречен как с лексической, так и со стилистической точек зрения.

<sup>185</sup> Понятием «государственные» («прогосударственные») медиа обозначают СМИ, учрежденные органами государственной власти и выраждающие позицию этих органов.

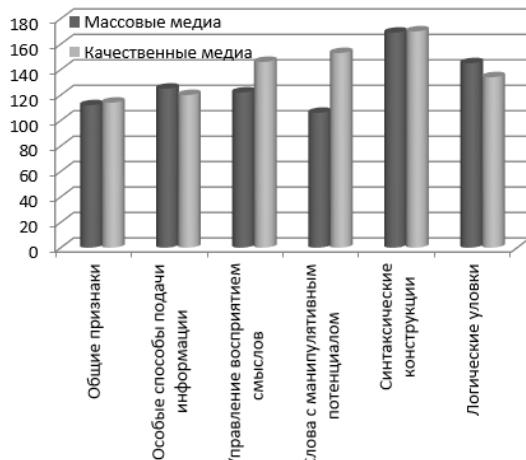
<sup>186</sup> Понятием «альтернативные медиа» (*alternative media*) обычно обозначаются те СМИ, которые не отражают точку зрения корпораций и/или государственных структур. В рамках данной работы этим понятием обозначаются медиа, резко критикующие органы власти и крупный бизнес, а также те СМИ, которые выражают позицию власти и крупного бизнеса.

<sup>187</sup> Понятием «независимые СМИ» обозначаются медиа, которые не принадлежат государству и крупному бизнесу и всегда дают аудитории одинаково взвешенные разнополярные точки зрения. Пример: британская корпорация *BBC*, японская *NHK*.

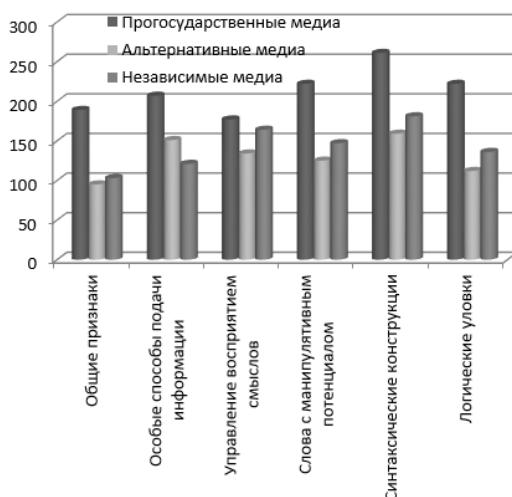
<sup>188</sup> Весьма условным понятием «патриотические» обозначаются те СМИ, которые пропагандируют концепцию величия России как особого православного государства, призванного спасти человечество от погрязшего в скверне Запада.

<sup>189</sup> Понятием «либеральные медиа» обозначаются издания, отстаивающие идеи, согласно которым в России необходимо реализовать западную модель рыночной экономики; демократического государства с правительством, подотчетным народу; независимого судопроизводства и не зависимых от государства СМИ.

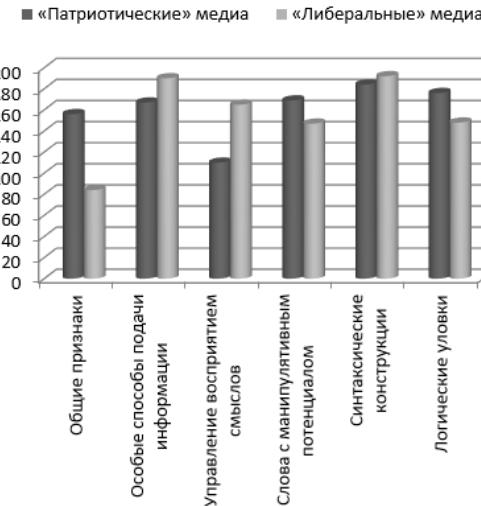
и слова с манипулятивным потенциалом. Зато «либеральные» медиа чаще, чем «патриотические», грешат управлением восприятием смыслов. Также в них несколько чаще встречаются особые способы подачи информации и манипулятивные синтаксические конструкции.



*Рис. 2. Сравнительный анализ использования манипулятивных технологий массовыми и качественными медиа*

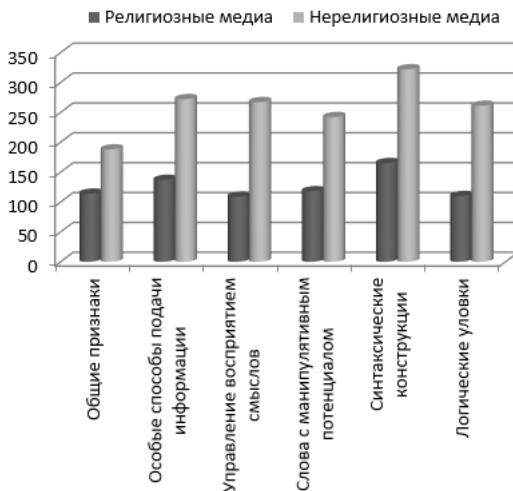


*Рис. 3. Сравнительный анализ использования манипулятивных технологий прогосударственными, альтернативными и независимыми медиа*



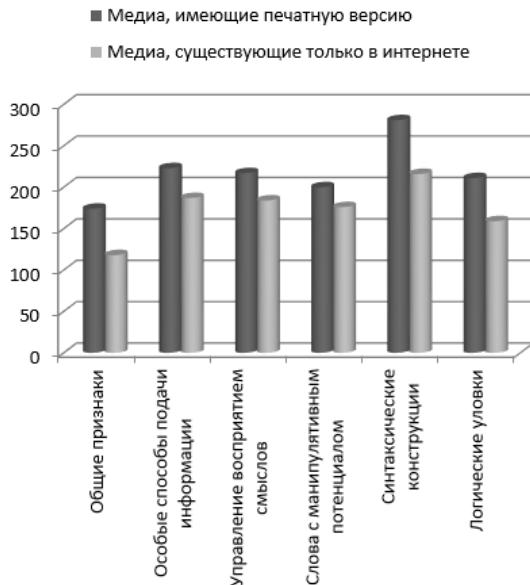
*Рис. 4. Сравнительный анализ использования манипулятивных технологий «патриотическими» и «либеральными» медиа*

Что касается сравнения религиозных и нерелигиозных медиа, то тут ситуация по всем группам манипулятивных приемов складывается не в пользу светских медиаресурсов (рис. 5).



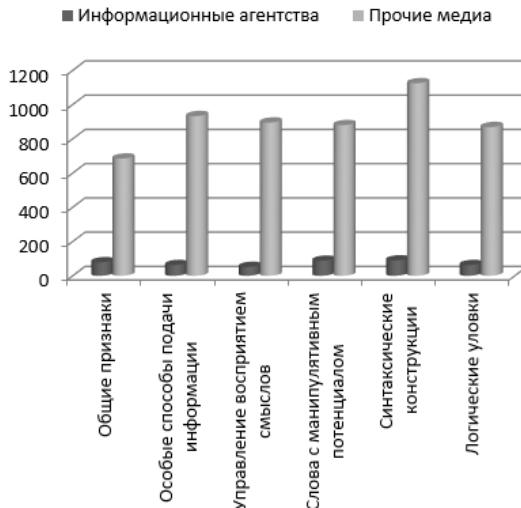
*Рис. 5. Сравнительный анализ использования манипулятивных технологий религиозными и нерелигиозными медиа*

Интересные данные получены при сравнении текстов, размещенных в медиа, имеющих печатную версию, и в медиа, существующих только в электронном виде (рис. 6). По всем группам манипулятивных приемов печатные медиа опережают интернет-ресурсы.



*Рис. 6. Сравнительный анализ использования манипулятивных технологий медиа, имеющими печатную и электронную версии, и медиа, существующими только в интернете*

Данные, приведенные на рис. 7, убедительно демонстрируют, что тексты, представленные информационными агентствами, по сравнению с прочими медиа, могут рассматриваться как практически лишенные манипулятивного потенциала. То есть несмотря на то, что информационные агентства являются СМИ, они продолжают держать марку относительно объективных и бесстрастных источников информации.



*Рис. 7. Сравнительный анализ использования манипулятивных технологий информационными агентствами и прочими медиа*

### Выводы и комментарии

Проведенное исследование показало, что признаки манипуляции обнаруживаются в контенте любого медиаресурса. При этом речь идет не только об устной или письменной речи. Мощным ресурсом манипуляции являются фотография, телевизионный медиатекст и любой видеоряд, размещенный, например, в социальных сетях. Стремительное развитие новых информационных технологий, которые, по мнению некоторых исследователей, должны были улучшить мир коммуникационных отношений, привели к еще большему совершенствованию способов управления сознанием и поведением людей.

И не случайно в системе экологических наук появилась новая дисциплина, у которой есть множество названий («экология коммуникаций», «коммуникативная экология», «медиаэкология», «экология медиапространства») и общая задача – исследовать возможности преобразования традиционных моделей коммуникации в такие, которые позволят людям и институтам увидеть мир не как кладовую ресурсов и не как окружающую среду, а как неотъемлемую часть каждого из нас, и – соответственно – каждого из нас как часть единой системы, состоящей из природы и человечества.

Уже сейчас можно сформулировать три основных направления развития экологического подхода к коммуникации.

#### 1. Исследовательское направление.

Есть два класса проблем, нуждающихся в исследованиях.

*В первый класс входят проблемы, связанные с объективными угрозами:*

- неконтролируемое увеличение количества информации, делающее практически бессмысленными попытки как-то управлять информационными процессами;
- формирование нового глобального медиапорядка, где в качестве основных субъектов, участвующих в производстве контента и регулировании информационных процессов, будет выступать очень ограниченный круг транснациональных корпораций;
- нарастание информационного и коммуникационного неравенства как между странами, так и между регионами, социальными группами и индивидами;
- повышающаяся зависимость социальных институтов и людей от средств массовой информации.

*Во второй класс входят проблемы, связанные с субъективными ощущениями и переживаниями участников коммуникационных процессов:*

- информационно-коммуникационная безопасность;
- свобода слова;
- доступ к информации;
- сохранение данных;
- защита персональных данных;
- социальная ответственность медиа;
- этика медиа, этика коммуникации;
- толерантность и др.

Дальнейшее развитие исследований в сфере экологии коммуникаций предполагает определение основных компонентов, создающих каркас будущей науки. Можно выделить несколько вариантов формулирования этих компонентов.

**Первый вариант** предполагает выделение:

- технологического слоя, который состоит из устройств и соединительных носителей, обеспечивающих коммуникацию и взаимодействие;
- социального слоя, который состоит из людей и социальных способов объединения этих людей, что может включать, например, все – от групп дружбы до более формальных сообществ – организации, а также различные компании;
- дискурсивного слоя, то есть идей или тем, составляющих содержание коммуникации.<sup>190</sup>

**Второй вариант** ориентируется на выделение таких разделов, как:

- экология внутривличностной коммуникации;
- экология межличностной коммуникации;
- экология групповой коммуникации;
- экология публичной коммуникации;
- экология политической коммуникации;

---

<sup>190</sup> Foth M., Hearn G. Networked individualism of urban residents: Discovering the communicative ecology in inner-city apartment buildings // Information, Communication & Society. 2007. 10(5). P. 749–772.

- экология бизнес-коммуникации;
- экология массовой коммуникации;
- медиаэкология.

Наконец, возможен *третий вариант*, при котором основанием выделения компонентов экологии коммуникаций выступают структурные элементы **процесса коммуникации**, а именно: «Цель» – «Средства» – «Технологии» – «Результаты». Другими словами, экологический подход к коммуникации предполагает:

- анализ (и оптимизацию) целей, которые ставит перед собой инициатор коммуникации;
- анализ (и оптимизацию) ресурсов, используемых для достижения целей;
- анализ (и оптимизацию) способов достижения целей;
- анализ (и уменьшение вредных) последствий, полученных в ходе реализации коммуникативного действия.

### **2. Прикладное направление.**

В рамках этого направления речь идет о разработке программы по преобразованию отношений между человечеством и медиапространством, предусматривающей следующие возможные действия.

**Разработка инфоэкологической политики.** Под инфоэкологической политикой понимается любой способ действия, специально предпринимаемый (либо не предпринимаемый) для управления человеческой деятельностью с целью предотвращения, сокращения или смягчения вредного воздействия людей на медиапространство. В основу разумной инфоэкологической политики могут быть положены следующие принципы:

- принцип устойчивого развития;
- принцип «загрязняющий платит»;
- принцип осторожности;
- принцип справедливости;
- принцип прав человека;
- принцип участия.<sup>191</sup>

*Создание новых социальных движений, целью которых было бы продвижение идей экологии медиапространства в гражданском обществе.* За последние 20 лет значительно увеличилось количество движений, задачами которых не является приобретение различными социальными группами тех или иных прав или материальных благ. Их цели носят более глобальный характер, они ориентированы на решение проблем, актуальных для всего человечества. Среди них есть движения, выступающие за защиту окружающей среды, сохранение мира и др., но практически нет таких, которые встали бы на защиту информационно-коммуникационного универсума от неразумных действий людей.

**Формирование инфоэкологического сознания.** Неспособность инфоалармистов, несмотря на их активность, упорядочить взаимодействие людей с информационно-коммуникационным универсумом в целом и с медиапространством, в частности, свидетельствует о том, что решение

---

<sup>191</sup> Beder S. Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction. – Sydney: UNSW Press, 2006. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental\\_Principles\\_and\\_Policies](http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_Principles_and_Policies)

обозначенных выше проблем невозможно без повышения социальной ответственности каждого человека за последствия своего воздействия на медиапространство. Чисто потребительский, технократический подход к медиапространству не просто узок и ограничен, он гибелен для культуры и цивилизации. Вывод очевиден: следует отказаться от представления о медиа как о функциональном усилителе человеческих способностей и принять тезис о том, что медиапространство представляет собой относительно автономную *самоорганизующуюся систему*, некомпетентное вмешательство в функционирование которой может привести к катастрофическим последствиям.

### **3. Экологический медиа-аудит.**

Очевидно, что повышение качества медиаконтента с точки зрения обогащения его значимым гуманистическим смыслом предполагает введение в практику экологического медиа-аудита. Такого понятия пока еще нет ни в каких документах. Однако если уже никто не сомневается в существовании медиаэкологии, то рано или поздно придется ставить вопрос о методах анализа состояния медиасреды. Прецеденты уже есть: существуют такие разновидности аудита, как информационный, социальный и пр. Смысл экологического медиа-аудита должен заключаться в проверке средств массовой информации и других субъектов массовых коммуникационных процессов на соответствие их деятельности требованиям национального и международного законодательства, а также признанных мировой общественностью кодексов медийной практики. Целью экологического медиа-аудита должна быть оценка деятельности масс-медиа для обеспечения защиты национального и глобального медиапространства от ложной, дискриминирующей и иной ненадлежащей информации.

*Фрагмент монографии «Экология медиасреды: технологии манипулирования в интернете». – М., 2017.*

## РИСКИ ЦИФРОВОГО МИРА: МОДЕЛИ ЗАЩИТЫ (И.М. Дзялошинский)

### Введение

Современные информационные технологии сделали возможным мгновенное распространение контента на весь мир. Заинтересованный потребитель может при желании (или без него) получить последние новости из Нью-Йорка, Токио, Сиднея в течение нескольких секунд. Вместе со скоростью доставки и площадью охвата аудитории резко увеличился и объем поставляемой информации. Однако на практике основу распространяемого контента составляют зрелища, а в хаосе предъявляемых образов действительности и мнений уже невозможно найти какую-либо логику. Вклад интернета в экономику и жизнь в целом также явно переоценен, разве что массово распространились порнография, справочники «Википедии» и интернет-магазины. Пока в интернет-инноватике доминируют в основном различные приколы, информационные вбросы и сетевые вирусы, бессмысленные чаты и тусовки в социальных сетях. Качество образования при огромных возможностях сильно деградирует – шаблонное тестирование, верхушечные знания, клиповое мышление. Общественные деятели, исследователи, простые граждане все чаще задают вопросы: почему так получилось? Почему люди, оказываясь встроенными во все более всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагают все меньшей возможностью лично влиять на объем циркулирующей в ней информации или темп быстродействия, не говоря уж о том, чтобы их контролировать? Почему увеличение возможностей для свободного участия людей в производстве информации приводит к росту объемов агрессивного контента? Почему со всех сторон слышны жалобы на взлом средств защиты информации, вирусные атаки и т.п.? И многое других «почему?».

Попробуем дать возможный ответ.

### Медиа как индустрия

Основная тенденция истории медиа – постепенный и неуклонный переход от ремесленного производства (писатель и журналист как индивидуальный создатель текстов), через мануфактурное производство (существование множества автономных издательств и редакций), к мощным медиакорпорациям.

Начиналась журналистика как способ самореализации конкретных индивидов. В эпоху Просвещения авторы в одиночку, собственными силами или при помощи влиятельных друзей издавали журналы публицистической направленности.

Разумеется, появление первых европейских журналов в первую очередь определялось созданием в XVII в. определенной интеллигентской среды, вошедшей в историю под названием "La Republique des Lettres"

(«Республика литераторов», или «Республика ученых»). Это понятие отразило новую форму общения европейских интеллектуалов, ориентированных на антисхоластические методы познания. Это своего рода международное «братьство литераторов», объединенных задачей поиска истины в «невидимые коллегии», свободные от теологических догм. Известно, что первый европейский журнал *"Journal des Savants"* («Журнал ученых», 1665-1828) был создан по инициативе французского министра финансов Жана-Батиста Кольбера. Кольбер задумал периодическое издание, которое бы освещало научные, критические и литературные проблемы, стоящие перед интеллектуальной элитой Европы. В 1665 г. в Англии появился журнал *"Philosophical Transactions of the Royal Society"* («Философские труды Королевского общества»). В 1668 г. в Риме появился первый итальянский журнал, в котором помещались работы литературоведческого, языковедческого, философского характера. Журналы литературно-критического содержания во Франции ведут свое начало от периодического издания *"Mercure galant"* («Галантный Меркурий»), основанного в 1672 г. Королевскую «привилегию» на издание этого журнала получил популярный в то время драматург и полемист Жан Донно де Визе. В первые годы *"Mercure galant"* выходил нерегулярно, однако с 1677 г. де Визе сделал это издание ежемесячным. Особенным успехом у читающей публики пользовался раздел новостей, который можно было назвать разделом светской хроники.

Начало европейского Просвещения связано с идеями английских философов конца XVI столетия. Принятие в 1689 г. «Билля о правах» (учитывающего некоторые философские концепции Джона Локка) стало знаменательным событием не только для Англии, но и для всей Европы, ибо в «Билле о правах» была заявлена новая модель взаимоотношения личности и государства. Перед просветительской журналистикой была поставлена задача исправлять нравы общества посредством просвещения и развлечения. Поэтому язык просветительских изданий отличался простотой и ясностью, чтобы быть понятным и доходчивым максимально большему числу читателей. В английской просветительской журналистике выделились два подхода к исправлению нравов — сатирический и морально-дидактический. Их не всегда можно разъединить, но если выделять крайние стороны, то нравоучительная журналистика Джозефа Аддисона и Ричарда Стиля оказываются с одной стороны, а едкая сатирика Джонатана Свифта и Даниэля Дефо — с другой.

Персональный journalism закончился с появлением влиятельных газетных магнатов, которые начинали диктовать информационную повестку дня данного издания или группы изданий. Понятно, что эти магнаты, определяя информационную повестку дня, учитывали интересы государственных структур и отчасти потребителей информации. Наступила эпоха «нового журнализа» или эпоха медиамануфактур. Внутри административного руководства газетного издания стали обосновываться функции управления. Осознание самими журналистами конца эпохи персонального журнализа можно датировать возникновением первых журналистских объединений и ассоциаций, декларировавших в качестве

своих целей защиту журналистов от всевластия редакторов и владельцев СМИ. Это произошло примерно 120 лет назад.

Нынешний этап развития масс-медиа с полным правом можно назвать индустриальным. В медиасфере налицо все признаки существования особых индустрий:

- 1) внутренне слаженная система функций, выполняемых в обществе и соотносящихся с другими сферами человеческой деятельности;
- 2) материально-техническая база;
- 3) кадры (журналисты, сценаристы, режиссеры, редакторы, корректоры, наборщики, инженеры, художники, дизайнеры, телеведущие, SEO-специалисты и др.).

Медиаиндустрия представляет собой часть общественного производства, связанную с подготовкой информационных, идеологических и ценностных продуктов, направленных на удовлетворение определенных потребностей разных групп населения при условии получения выгоды или прибыли владельцами медиаресурсов.

Индустриализация медиапроизводства способствовала существенным изменениям всей сферы медиа. Можно выделить следующие тренды современной стадии индустриализации:

- **мультимедиатизация.** Совмещение различных способов передачи и представления информации (текста, графики, видео, звука);
- **визуализация.** Опора в транслируемом контенте на визуальные образы;
- **адаптация к мобильным устройствам.** Разработка специальных программно-технологических средств передачи контента;
- **геймификация.** Применение подходов, характерных для компьютерных игр, в программных инструментах для неигровых процессов с целью привлечения пользователей и потребителей. Это обеспечивает «мягкое» управление вниманием и коммуникационным поведением потребителей;
- **твиттеризация.** Коммуникационная клиповость, возведенная на уровень одного из важнейших глобальных форматов коммуникации;
- **кастомизация.** Изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами. Потенциально одна из самых эффективных и социально опасных технологий в современных интегрированных коммуникациях;
- **многоплатформенность.** Объединение различных по технологиям трансляции контента коммуникационных платформ.

Как и любая индустрия, медиаиндустрия прошла, а кое-где проходит до сих пор, процесс концентрации и монополизации. В России феномен концентрация средств массовой информации стали анализировать с середины 1990-х годов. Было показано, что на отечественном медиарынке происходят постоянные трансформации организационного, экономического, содергательного характера, связанные с централизацией капитала в сфере информационно-коммуникационной индустрии. В последние годы исследователи показали, что конвергенция журналистики, внедрение в СМИ новых технологий (интернета, спутниковой и телефонной связи, цифрового телевидения) способствуют формированию крупных медиакомпаний. И на данный момент следует говорить о концентрации

средств массовой коммуникации как о характерной и определяющей тенденции современной российской медиасистемы не только на общенациональном информационном рынке, но и на региональном уровне. Стали возникать медиакорпорации.

Однако в последние годы можно констатировать, что происходит переплетение собственности и образование корпораций, тесно связанных с различными областями экономики. Владельцами таких медиакорпораций становятся крупные коммерческие структуры, действующие в различных отраслях, в результате чего явно просматривается связь и взаимозависимость медиабизнеса с другими секторами экономики. Считается, что на данном этапе в условиях высокой конкуренции на медиарынке зачастую укрупнение компаний с включением в них внедийных активов является единственным способом их существования.

Стремясь освоить возможности мирового информационного рынка, крупнейшие медиаконцерны в послевоенный период перешагнули национальные границы, их деятельность приобрела транснациональный характер. Наиболее крупные и экономически могущественные объединения, использующие новейшие коммуникационные технологии и огромные материально-финансовые ресурсы, сегодня доминируют на международном рынке новостей, их операции приобрели поистине всемирный размах. Сегодня на мировом рынке информации и коммуникаций ведущие позиции занимают могущественные корпорации, базирующиеся в основном в США.

### Последствия индустриализации медиа

Индустриализация любого производства влечет за собой как массу позитивных последствий, так и множество негативных. Не случайно само понятие «экология окружающей среды» в современном понимании этого словосочетания возникло в связи с переходом производственной системы в индустриальную фазу.

То же самое произошло (и происходит) с переходом медиапроизводства в индустриальную фазу. Чрезвычайно осложнило ситуацию появление интернета. И как любое глобальное явление, существенно влияющее на развитие человеческого общества, интернет имеет свои плюсы и минусы.

К плюсам обычно относят:

- оперативность получения любой информации – интернет-пользователю нет необходимости идти в библиотеки, искать необходимый материал, достаточно только открыть любую поисковую систему и задать в строке поиска условие и из предложенных вариантов выбрать то, что необходимо;

- информативность – на любую предложенную тему можно найти несколько точек зрения, сравнить их, получить полную информацию;

- технологичность – использование новейших достижений информационных и телекоммуникационных технологий;

- творчество – пользователь может использовать в своей работе готовые наработки, предлагаемые для свободного доступа в сети интернет, а может на основе предложенной информации представить что-то свое, не похожее на то, что было предложено, таким образом самовыразиться;

- расширение границ общения (социальные сервисы и форумы, электронная почта) – возможность общения, обмена опытом, знаниями;

– формирование информационной компетентности, включая умение работать с информацией (находить, получать, анализировать, систематизировать и использовать);

– возможность постоянного самообразования, самореализации.

Очевидно, что Интернет в наше время стал своеобразной медийной средой, благодаря которой происходит глобальный обмен информацией. Его популярность можно объяснить тем, что, в отличие от линейных текстов традиционных СМИ, электронные media характеризуются гипертекстуальностью, благодаря чему каждый текст имеет выходы на другие, и это в значительной степени расширяет информационный поток, которым интересуется пользователь.

Что касается минусов, то специально проведенное исследование показало, что и эксперты, и население отчетливо осознают, что современная медиаиндустрия влечет за собой ряд существенных угроз:

1. Активность в кибермире не способствует росту гражданской активности в реальном мире; виртуализация политической активности граждан скорее препятствует гражданской активности и осознанному участию российских граждан в политическом процессе.

2. В группах социальных сетей Интернета активно стали работать по найму так называемые «тролли», т.е. пользователи, распространяющие искаженную, неверную, но выгодную тем или иным лоббистам информацию.

3. В Интернете доминируют сайты с девиантной информацией: о сексуальных связях, скандалах, насилии, разрушительных социальных действиях и т.п.

4. В России нарастает информационное и коммуникационное неравенство между регионами.

5. В России нарастает информационное и коммуникационное неравенство между социальными группами и индивидами.

6. В современном мире медиа зависимость стала реальной угрозой целостности, социальной адекватности человека.

7. В современных медиа (традиционных и новых) все больше информации представляется в форме визуальных образов.

8. Все больше людей испытывают психологическую зависимость от процессов, происходящих в медиапространстве.

9. Вторжение в частную жизнь можно признать значимой этической проблемой современных медиа.

10. Выполнение совместных перформансных проектов нередко создает только видимость того, что участие в группах социальных сетей Интернета способствует формированию и развитию гражданского общества.

11. Жизненный успех современного человека во многом определяется количеством и качеством его присутствия/представленности в Интернете.

12. Жизненный успех современного человека определяется не его способностями, а объемом и качеством имеющейся в его распоряжении информации.

13. Информация о личности рассматривается как экономически выгодный товар и как источник власти.

14. Люди все больше встраиваются во всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагая все меньшей возможностью влиять на объем циркулирующей в ней информации, темп быстродействия или контролировать их.

15. Массовое распространение Интернета влечет за собой нарастание киберпреступности: противозаконный сбор и использование информации; несанкционированный доступ к информационным ресурсам; манипулирование информацией; незаконное копирование данных в информационных системах и др.
16. Неконтролируемый доступ к информации опасен.
17. Обилие разнообразной информации маскирует принципиальную недоступность, закрытость многих сегментов медиапространства.
18. Образная подача информации в медиа поддерживает мифологическое мышление (образные объяснения процессов и явлений, не предполагающие понимания их сущности, реально возможных связей и зависимостей).
19. Повышается зависимость социальных институтов от средств массовой информации.
20. СМИ виновны в засорении и отравлении умов детей и подростков.
21. СМИ можно обвинить в разрушении моральных устоев.
22. СМИ навязывают людям недостоверную повестку дня, создают иллюзорную картину мира.
23. СМИ способствуют разжиганию социальной агрессии и нетерпимости, формированию «образа врага».
24. СМИ формируют у людей стремление к реализации нереалистичных жизненных сценариев.
25. Современное медиапространство способствует разрушению традиционной культуры и системному социокультурному кризису России.
26. Современные медиа создают и навязывают людям стереотипные образы (идолов и отверженных).
27. Современные медиа травматизируют психику людей, формируют чувства страха и безысходности.
28. Современные научно-технические достижения предоставляют невиданные ранее возможности для превращения информации о личности в инструмент социального контроля и манипулирования человеческим поведением.
29. Современный Интернет поддерживает желание пользователей получать через его сервисы информацию, распространение которой в традиционных СМИ ограничено нормами морали и законов.
30. Социальные сети разделяют пользователей на группы по интересам, поэтому единого пространства коммуникации в Интернете не существует.
31. Существенные различия в компьютерной грамотности и возможностях пользоваться современными информационными технологиями увеличивает психологический разрыв поколений.
32. Существует угроза информационного потопа – неконтролируемого увеличения количества информации, делающего практически бессмысленными попытки управлять информационными процессами.
33. Сформировался глобальный медиапорядок, где в качестве основных субъектов, участвующих в производстве контента и регулировании информационных процессов, выступает ограниченный круг транснациональных корпораций.

Стоит отметить высокую степень солидарности всех групп опрошенных. Мнения мужчин и женщин, представителей разных возрастных

групп и разных городов различаются не очень сильно. Не наблюдается существенных разногласий по поводу значимости представленных медиаугроз и у респондентов из разных городов России, в которых проводилось исследование<sup>192</sup>.

Определяя возможные пути решения проблемы минимизации угроз со стороны медиа, А.А. Морозова указывает на следующие варианты:

- 1) государственный контроль, создание реестра запрещенных сайтов и каналов коммуникации;
- 2) самостоятельный контроль медиаресурсов со стороны Интернет-провайдеров и редакторов СМИ;
- 3) самообразование каждого индивида в отношении проблемы медиабезопасности, самоконтроль;
- 4) медиаобразование населения, особенно молодежи по проблеме медиабезопасности;
- 5) введение этического кодекса коммуникации<sup>193</sup>.

Если обобщить эти и другие высказывания, то можно сделать вывод о том, что в настоящее время сложились несколько основных подходов к поиску способов минимизации возможного вреда, наносимого масс-медиа. Основные из них описаны ниже.

### Теории информационной и медиабезопасности

Западные эксперты и специалисты по медиа избегают пользоваться терминологией, опирающейся на концепт «информационная (медиа) безопасность». Обычно речь идет о защите прав различных социальных групп (меньшинств), или о предотвращении нарушений законодательства в медиасреде. Напротив, в странах незападной (или антизападной) ориентации охотно пользуются понятиями «информационная безопасность», «информационная война», «защита от медиа-агрессии» и т.п. Достаточно почитать множество появившихся в конце 1990-х – начале 2000-х годов работ, посвященных проблемам информационной и информационно-психологической безопасности.<sup>194</sup>

---

<sup>192</sup> См.: Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. «Медиа как пространство угроз: 15 лет в тени доктрины информационной безопасности». Электронный научный журнал «Коммуникации. Медиа. Дизайн» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.hse.ru/data/2016/10/20/1108077758/comedi-01%20\(1\).pdf](https://www.hse.ru/data/2016/10/20/1108077758/comedi-01%20(1).pdf)

<sup>193</sup> Морозова А.А. Медиа-безопасность в эпоху информации // Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы IX Международной научно-практической конференции (18-20 октября 2012 г.) Т. 1. – Казань: Казан. ун-т, 2012. – С. 280–287.

<sup>194</sup> Вот лишь некоторые из этих работ: Концепция информационной безопасности Российской Федерации (Проект): Препринт / под редакцией Д.С. Черешкина и В.А. Вирковского. М.: Институт системного анализа РАН, 1994; Поздняков А.И. Информационная безопасность личности, общества, государства // Безопасность. – 1994. – № 5; Курило А.П., Стрельцов А.А. Информационная безопасность и региональная политика РФ // Проблемы глобальной безопасности: Материалы семинаров в рамках научно-исследовательской и информационной программы (ноябрь 1994 – февраль 1995 гг.). – М., 1995; Скворцов П.В. Информационная культура как условие выживания человечества // Проблемы глобальной безопасности

В большинстве упомянутых выше работ основной акцент делался на угрозах, которым подвергаются общегосударственные и корпоративные информационные и телекоммуникационные системы. С этой точки зрения основными объектами обеспечения информационной безопасности являются:

– информационные ресурсы, содержащие сведения, отнесенные к государственной тайне, и конфиденциальную информацию;

– средства и системы информатизации (средства вычислительной техники, информационно-вычислительные комплексы, сети и системы), программные средства (операционные системы, системы управления базами данных, другое общесистемное и прикладное программное обеспечение), автоматизированные системы управления, системы связи и передачи данных, осуществляющие прием, обработку, хранение и передачу информации ограниченного доступа, их информативные физические поля;

– технические средства и системы, работающие с открытой информацией, но размещенные в помещениях, в которых обрабатывается информация ограниченного доступа, а также сами помещения, предназначенные для обработки такой информации;

– помещения, предназначенные для ведения закрытых переговоров, а также переговоров, в ходе которых оглашаются сведения ограниченного доступа.

Источниками угроз, как полагают авторы, придерживающиеся этого подхода, являются:

– деятельность специальных служб иностранных государств, преступных сообществ, организаций и групп, противозаконная деятельность отдельных лиц, направленная на получение несанкционированного доступа к информации и осуществление контроля за функционированием информационных и телекоммуникационных систем;

– вынужденное в силу объективного отставания отечественной промышленности использование при создании и развитии информационных и телекоммуникационных систем импортных программно-аппаратных средств;

– нарушение установленного регламента сбора, обработки и передачи информации, преднамеренные действия и ошибки персонала информационных и телекоммуникационных систем, отказ технических средств и сбои программного обеспечения в информационных и телекоммуникационных системах;

– использование несертифицированных в соответствии с требованиями безопасности средств и систем информатизации и связи, а также средств защиты информации и контроля их эффективности;

– привлечение к работам по созданию, развитию и защите информационных и телекоммуникационных систем организаций и фирм, не имеющих государственных лицензий на осуществление этих видов деятельности.

---

ности: Материалы семинаров в рамках научно-исследовательской и информационной программы (ноябрь 1994 – февраль 1995 гг.). – М., 1995; Человек в медиамире. Безопасность в массовой коммуникации. – Челябинск: Цицеро, 2005.

В качестве мер, использование которых должно обеспечить так понимаемую информационную безопасность, предлагаются следующие:

– предотвращение перехвата информации из помещений и с объектов, а также информации, передаваемой по каналам связи с помощью технических средств;

– исключение несанкционированного доступа к обрабатываемой или хранящейся в технических средствах информации;

– предотвращение утечки информации по техническим каналам, возникающей при эксплуатации технических средств ее обработки, хранения и передачи;

– блокирование специальных программно-технических воздействий, вызывающих разрушение, уничтожение, искажение информации или сбои в работе средств информатизации;

– обеспечение информационной безопасности при подключении общегосударственных информационных и телекоммуникационных систем к внешним информационным сетям, включая международные;

– обеспечение безопасности конфиденциальной информации при взаимодействии информационных и телекоммуникационных систем различных классов защищенности;

– выявление внедренных на объекты и в технические средства электронных устройств перехвата информации.

Основными организационно-техническими мероприятиями по защите информации в общегосударственных информационных и телекоммуникационных системах являются:

– лицензирование деятельности организаций в области защиты информации;

– аттестация объектов информатизации по выполнению требований обеспечения защиты информации при проведении работ, связанных с использованием сведений, составляющих государственную тайну;

– сертификация средств защиты информации и контроля эффективности их использования, а также защищенности информации от утечки по техническим каналам систем и средств информатизации и связи;

– введение территориальных, частотных, энергетических, пространственных и временных ограничений в режимах использования технических средств, подлежащих защите;

– создание и применение информационных и автоматизированных систем управления в защищенном исполнении.

Другая группа сторонников концепции информационной безопасности, опирается на положение о том, что информационно-психологическую безопасность следует рассматривать как состояние защищенности личности, разнообразных социальных групп и объединений людей от воздействий, способных против их воли и желания изменять психические состояния и психологические характеристики человека, модифицировать его поведение и ограничивать свободу выбора.<sup>195</sup>

---

<sup>195</sup> См.: Роцкин С.К., Соснин В.А. Психологическая безопасность: новый подход к безопасности человека, общества и государства // Российский монитор. – 1995. – №6; Проблемы информационно-психологической безопасности: сборник статей и

В последние годы все активнее используется понятие медиабезопасности. Этим понятием чаще всего обозначают состояние защищенности каждого индивида от недостоверной или опасной информации, причиняющей вред здоровью человека, его нравственности и личностному развитию<sup>196</sup>. Есть и другие определения. Например, такое: «Под медиабезопасностью понимается «один из видов безопасности современного человека, живущего в атмосфере постоянных природных и техногенных рисков, наряду с экологической, дорожной, противопожарной, химической и другими видами безопасности. Под медиабезопасностью логично понимать состояние защищенности жизненно важных интересов субъектов от угроз, исходящих из медиапространства, то есть от системы средств массовой информации и коммуникации (медиа). Как отмечает И.А. Фатеева, принципиально важным является выбор термина для опорного понятия: используя вместо привычного для российского научного и правового дискурса словосочетания «информационная безопасность» слово «медиабезопасность», мы подчеркиваем особую роль контента, распространяемого по каналам СМИ и СМК («медиа» по западной терминологии)<sup>197</sup>.

Понятно, что в качестве основного защитника от медиаугроз при таком подходе рассматривается государство. В соответствии со ст. 4 Закона РФ «О СМИ» «Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации» действует специальный орган – Роскомнадзор. Последнее время происходит ужесточение подобного рода законов, так президент РФ Владимир Путин 28 июля 2012 года подписал закон «О внесении изменений в ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и отдельные законодательные акты РФ». Закон предусматривает создание единого реестра доменных имен и универсальных указателей страниц сайтов в Интернете и сетевых адресов сайтов, содержащих информацию, запрещенную к распространению на территории РФ.

---

материалов конференций). – М.: Институт психологии РАН, 1996; Смолян Г.Л., Зараковский Г.М., Розин В.М. Информационно-психологическая безопасность (определение и анализ предметной области). Препринт. – М.: Институт системного анализа РАН, 1996; Грачев Г.В., Мельник И.К. Приемы и техника манипулятивного воздействия в массовых информационных процессах // Проблемы информационно-психологической безопасности: сборник статей и материалов конференций). – М.: Институт психологии РАН, 1996; Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. – М., 1998; Информационно-психологическая безопасность в СМИ. – М.: Аспект-пресс, 2002; Вепринцев В.Б., Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Операции информационно-психологической войны: методы, средства, технологии: Краткий энциклопедический словарь. – М.: Горячая линия – Телеком, 2003.

<sup>196</sup> Морозова А.А. Медиа-безопасность в эпоху информации / Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы IX Международной научно-практической конференции, 18-20 октября 2012 г. / под ред. Р.П. Баканова: в 2-х т. Т. 1. – Казань: Казан. ун-т, 2012. – С. 280–287.

<sup>197</sup> Фатеева И.А. Социальные сети в аспекте медиабезопасности // Медиаобразование 2014: сб. тезисов и статей Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) «Медиаобразование 2014. Региональный аспект» 7 октября – 9 октября 2014 г. / под редакцией И.В. Жилавской, Е.А. Карягиной. – М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2014.

Во внесудебном порядке (по решению уполномоченных федеральных органов исполнительной власти) в реестр будут включаться те сайты, которые содержат материалы с порнографическими изображениями детей или объявления о привлечении их в качестве исполнителей для участия в зрелищах порнографического характера; сайты, публикующие информацию о способах изготовления и использования наркотиков, местах их приобретения, а также о способах совершения самоубийства и призывы к суициду. Кроме того, некоторые сайты могут быть включены в реестр по решению суда о признании информации, распространяемой ими, как запрещенной.

Самостоятельный контроль медиаресурсов со стороны Интернет-провайдеров и редакторов СМИ также существует практически с момента появления средств массовой информации и коммуникации. Но постоянное расширение Интернет-пространства и медиарынка создали практически неуправляемый контент в медасреде, при котором самостоятельный контроль Интернет-провайдеров и редакторов СМИ зачастую является настолько трудоемким, что становится практически невозможным. Поэтому «общественное регулирование Интернета является понятием достаточно условным, поскольку реализуется в первую очередь Интернет-провайдерами по указанию властных структур, т.е. фактически носит принудительный характер»<sup>198</sup>.

### Теории медиаобразования

Самообразование каждого индивида в отношении проблемы медиабезопасности, самоконтроль в рамках пользования медиаресурсами и в процессе получения информации, мог бы стать одним из самых простых способов осуществления защиты граждан от вредоносного медиаконтента. Но, как показывают многочисленные исследования, граждане России имеют слабый уровень медиаграмотности и не способны защитить себя от информационной опасности.

С целью повышения медиакомпетентности населения разрабатываются и реализуются различные программы медиаобразования.

В документах Совета Европы «медиаобразование (media education) определяется как обучение, которое стремится развивать медиакомпетентность, понимаемую как критическое и вдумчивое отношение к медиа с целью воспитания ответственных граждан, способных высказать собственные суждения на основе полученной информации. Это дает им возможность использовать необходимую информацию, анализировать ее, идентифицировать экономические, политические, социальные и/или культурные интересы, которые с ней связаны. Медиаобразование обучает индивидов интерпретировать и создавать сообщения, выбирать наиболее

---

<sup>198</sup>Шилина М.Г. Ценностные ориентиры профессиональной медиакоммуникации в Интернете // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. – С. 443–444.

подходящие для коммуникации медиа. Медиаобразование позволяет людям осуществлять их право на свободу самовыражения и информацию, что не только способствует личному развитию, но также увеличивает социальное участие и интерактивность. В этом смысле медиаобразование готовит к демократическому гражданству и политическому пониманию. Необходимо развивать медиаобразование как часть концепции обучения в течение всей жизни человека»<sup>199</sup>.

Медиаобразование как концептуальная модель возникла в странах с доминирующей либеральной идеологией. И понятно, почему: с одной стороны, в этих странах фиксируется беспрецедентное развитие разнообразных СМИ, создающих огромное количество информационного шума; с другой – существенное понижение гражданской активности, выражющееся в неуклонном падении количества людей, принимающих участие в избирательных кампаниях и других формах гражданского поведения. Все это поставило в повестку дня западных обществ вопрос о поиске новых форм вовлечения граждан в дела общества. В связи с этим возникла теория социальной ответственности СМИ, появилась идея медиаобразования. Причем с самого начала внутри корпуса разработчиков этой идеи боролись два подхода.

Один из них (его можно назвать педагогическим) постулировал тезис о том, что «под медиаобразованием (media education) следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких как, например, математика, физика, география».<sup>200</sup> Аналогичная формулировка содержится в «Педагогическом энциклопедическом словаре», который определяет медиаобразование как «направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.) Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе неверbalных форм коммуникации с помощью технических средств»<sup>201</sup>.

Другими словами, речь шла лишь о том, чтобы создать квалифицированную (или, как сейчас говорят – компетентную) аудиторию СМИ.

---

<sup>199</sup> Council Europe (2000). Recommendation. Media Education. URL: <http://assembl.coe.int/Documents/AdoptedText/TA00/EREC1466.htm>

<sup>200</sup> Media Education. – Paris: UNESCO, 1984. Р. 8.

<sup>201</sup> Педагогический энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2008. – С. 138.

Сторонники второго подхода (его можно назвать гражданским) полагают, что «медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии...»<sup>202</sup>.

Известный теоретик в области медиа Дж. Гербнер понимает медиаобразование как формирование коалиции «для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания медиа как нового подхода к либеральному образованию».<sup>203</sup> Один из лидеров современного медиаобразовательного движения Б. Мак-Махон пишет, что «в эпоху терроризма и войн XXI века медиаобразование молодежи становится настоятельным требованием демократического общества»<sup>204</sup>.

Были, разумеется, и попытки совместить оба подхода. Так, в одном документе говорится: «Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции»<sup>205</sup>.

И вряд ли является случайным совпадением то обстоятельство, что параллельно с развитием концепций медиаобразования ООН, ЮНЕСКО, Совет Европы много внимания уделяли идеям гражданского образования. Так, Генеральной Ассамблей ООН была принята Всемирная программа образования в области прав человека. В документах пятьдесят девятой сессии Генеральной Ассамблеи ООН следующим образом раскрывается содержание понятия «образование в области прав человека»: «...усилия по образованию, обучению и информированию, которые предпринимаются для создания всеобщей культуры прав человека путем обмена знаниями, привития навыков и формирования позиций, которые направлены на:

- укрепление уважения прав человека и основных свобод;
- всестороннее развитие человеческой личности и чувства человеческого достоинства;

---

<sup>202</sup> Rekommandations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001. P. 152.

<sup>203</sup> Gerbner G. Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: The New Citizen. 1995, Vol. 2, № 2.

<sup>204</sup> McMahon B. Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore. P. 3.

<sup>205</sup> Цит. по: <http://www.ifap.ru/projects/mediaed2.htm>.

– содействие взаимопониманию, терпимости, равенству мужчин и женщин и дружбе между нациями, коренными народами и расовыми, национальными, этническими, религиозными и языковыми группами;

– обеспечение для всех людей возможности эффективно участвовать в жизни свободного и демократического общества, в котором господствует право;

– строительство и поддержание мира;

– обеспечение устойчивого развития в интересах общества и социальной справедливости.

Образование в области прав человека охватывает:

– знание и навыки — изучение прав человека и механизмов обеспечения их защиты, а также приобретение навыков применять их в повседневной жизни;

– ценности, мировоззренческие подходы и поведенческие модели — развитие ценностей и укрепление мировоззренческих подходов и поведенческих моделей, отстаивающих права человека;

– действия — принятие мер по защите и поощрению прав человека»<sup>206</sup>.

### Теории медиаэтики

В 2011 году в специальном докладе ООН доступ к сети Интернет был признан неотъемлемым правом человека. Любое ограничение в этом отношении признается прямым нарушением установленных прав. Вместе с глобальным доступом в сеть возникают различного рода задачи, которые необходимо решать и регулировать на международном и национальном уровне. В частности, речь идет о соблюдении кибербезопасности, регулировании киберповедения и соблюдении норм киберэтики.

Установлено, что понятие киберэтики или информационной этики (ИЭ) является дисциплинарным и касается исследования проблем, возникающих в связи с развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). ИЭ возникает на стыке дисциплин компьютерной этики и философии информации. В связи с тем, что ИКТ создают определенный конгломерат этических дилемм и коллизий (авторское право, неприкосновенность частной жизни и защита информации, интеллектуальная свобода, ответственность и безопасность поведения в сети Интернет) ИЭ ставит в фокус своего рассмотрения вопросы собственности, доступа, неприкосновенности частной жизни, безопасности и общности информации. В этой сфере создаются этические кодексы, которые призваны регулировать поведение интернет-пользователей, сообществ, а также государственные стратегии развития, которые стремятся объять всю сферу распространения ИКТ для создания процедурного поля взаимодействия не только частных лиц, но и общественных институтов. Следовательно, ИЭ формируется множеством усилий разного порядка. Отметим, что важными аспектами формирования этического поведения в Интернет является справед-

---

<sup>206</sup> Организация Объединенных Наций. Генеральная Ассамблея. A/59/525/ Rev. Distr. General 2 March 2005.

ливое использование информации, которое касается хранения, распространения и корректирования персональной информации, а также забота об общем благе и непричинении вреда глобальному сообществу.

При исследовании проблемы этики в информационном пространстве было установлено, что рассмотрение указанной проблематики невозможно без учета проблематики киберугроз и кибербезопасности. Резолюция 2009 года «Создание глобальной культуры кибербезопасности и оценка национальных усилий по защите важнейших информационных инфраструктур» ООН содержит инструментарий, который призван помочь национальным государствам создать стратегию устойчивого развития в информационном секторе с тем, чтобы укрепить также глобальную информационную среду. В частности, в документе содержаться рекомендации по определению реальных потребностей кибербезопасности, фиксации деятельности по отношению к произошедшим сбоям, анализу и обновлению правовой документации. Важнейшими пунктами документа являются указания на необходимость взаимодействия государственных органов с частным сектором, бизнесом и гражданским обществом, вплоть до проведения образовательных кампаний среди отдельных граждан. Значительными элементами представляются специальные разработки образовательных модулей, которые содержат указания о безопасном поведении в Интернете, о соблюдении правовых норм и защите частной информации. В частности, ООН предлагает в рамках проекта Академии ИКТ образовательные программы для лидеров государственного сектора с целью формирования навыков работы с информационным сектором, понимания его специфики, политики применения и технологии ИКТ. Взаимодействие в этой области должно осуществляться на всех уровнях общественной системы, с учетом как разработок в правительственном секторе, так и в неправительственных организациях (НГО, академические круги, прочее). Все эффективные меры, которые содействуют укреплению кибербезопасности на национальном уровне затем будут аккумулированы для глобального сообщества.

Необходимо отметить, что понятия информационной этики и информационной безопасности тесно связаны не только с процессом разумного ограничения распространения определенных категорий информации, но, в первую очередь, с разумным доступом к ней. Обеспечение доступа СМИ и представителей гражданских информационных ресурсов (к примеру, блогеров) к открытой информации, совершенствование правовых норм, регулирующих обозначенный процесс, должны являться одними из приоритетных задач государственной стратегии обеспечения информационной безопасности. Вместе с тем, защита от информации, порочащей честь и достоинство, как отдельных граждан, так и целых сообществ и групп, также является необходимым элементом этой стратегии. Обеспечение устойчивого развития современного общества связано напрямую с его полноценной информатизацией.

Российские исследователи в вопросе о решении проблемы медиабезопасности также приходят к мысли о необходимости развития этических регуляторов<sup>207</sup>.

### Теории медиаэкологии

С помощью понятия «медиаэкология» обозначается междисциплинарная область знаний на стыке социальной экологии и медийных наук, изучающая проблемы взаимодействия человека и информационной среды обитания, которую формируют медиа. Анализ существующих работ показывает, что главным предметом медиаэкологии является воздействие, (чаще всего описываемое как вредное), медиасреды на человека<sup>208</sup>.

Что касается России, то впервые идея экологии информации промелькнула в Указе Президента РФ от 20 марта 1993 г. «О гарантиях информационной стабильности и требованиях к телерадиовещанию». Утвержденный этим Указом Минимальный стандарт требований к телерадиовещанию упоминает об «электронной экологии», призываю снижать информационную «загрязненность» телерадиопрограмм, повышать требования к культурному уровню и т.д.

---

<sup>207</sup> Шилина М.Г. Ценностные ориентиры профессиональной медиакоммуникации в Интернете // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. – С. 443–444.; Дзялошинский, И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. Монография. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2016.

<sup>208</sup> Баркова Э.В. Экология межкультурных коммуникаций: поиски и стратегии новых парадигм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologiya-mezhkulturnyh-kommunikatsiy-poiski-i-strategii-novyh-paradigm>; Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишины, стратегии, технологии. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012; Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2016; Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. – М.: Академический Проект, Гаудеamus, 2013; Маклюэн М. Понимание Медиа. – М.: Кучково поле, 2011; Сколари К. История медиаэкологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/2458>; Сталдер Ф. Экология информации: системный подход к медиасреде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media-ecology.blogspot.com/2011/04/blog-post.html>; Степанов В. Наука медиаэкология: понятие, предмет, объект, уровни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/blog-post\\_19.html](http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/blog-post_19.html); Стреййт Л. Изучение медиа как медиа: МакЛюэн и медиаэкологический подход [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mcluhan.ru/articles/izuchenie-media-kak-media-maklyuen-i-mediaekologicheskij-podkhod/>; Altheide D.L. An Ecology of Communication: Cultural formats of control. – New York: Aldine de Gruyter, 1995; Beder S. Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction. – Sydney: UNSW Press, 2006. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental\\_Principles\\_and\\_Policies](http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_Principles_and_Policies); Postman N. Technopoly: The Surrender of Culture to Technology. – N.Y., 1993; Postman N. The Humanism of Media Ecology // First Annual Convention of the Media Ecology Association. – New York, NY Fordham University. 2000. June 16. P. 10–16; Wagner M. Communicative ecology: How the bonobos do it // International Journal of the Humanities. 2004. № 2(3). P. 2365–2374.

## Теория устойчивого развития медиапространства

Другая версия экологического подхода к медиа связана с концепцией устойчивого развития. Термин «устойчивое развитие» впервые появился в 1987 г. в русском издании книги «Наше общее будущее», которое было осуществлено в Копенгагене Комиссией ООН под председательством госпожи Гро Харлем Брунталанд, тогдашнего премьер-министра Норвегии.<sup>209</sup> Устойчивое развитие – это развитие, которое удовлетворяет потребности ныне живущего поколения, не ставя под угрозу возможности будущих поколений удовлетворить их собственные потребности (в объеме, не меньшем, чем это делаем мы). Это классическое определение Комиссии ООН, и оно принято мировым сообществом. Широкое звучание этот термин получил в июне 1992 г. на Второй Международной конференции по окружающей среде и развитию, которая была организована в Рио-де-Жанейро. На этой конференции была принята стратегия (концепция) перехода современного общества к устойчивому развитию. Речь в данном случае идет о переходе к новой эпохе цивилизационного развития на основе радикального изменения ценностей и целей современного общества, ориентации и содержания различных сфер человеческой деятельности.

С этой точки зрения проблема защиты от медиаугроз формулируется принципиально иным образом: «Не пора ли защищать медиапространство от людей?». Медиапространство подобно природе и так же, как природа, не терпит грубого и неразумного вмешательства. Но большинство людей не осознает, что нарушает объективные законы протекания медийных процессов и эти нарушения вызывают нежелательные последствия. Исходя из этого, можно выделить три основных направления возможной реализации нового подхода к медиаобразованию.

**1. Разработка инфоэкологической политики.** Под инфоэкологической политикой понимается любой способ действия, специально предпринимаемый (либо не предпринимаемый) для управления человеческой деятельностью с целью предотвращения, сокращения или смягчения вредного воздействия людей на медиапространство. Проблема формирования инфоэкологической политики в настоящее время очень актуальна как для России, так и для других стран. Конечно, эта проблема не решается созданием и принятием разнообразных нормативных документов. Речь идет о разработке и воплощении в жизнь стратегической модели действий в медиапространстве, реализуемой с помощью политических, экономических и образовательных технологий. И здесь вполне было бы уместным по-новому прочитать работы Э. Геккеля, В.И. Вернадского, П. Тейяр де Шардена, К.Э. Циолковского, Н.Н. Морисеева, И. Валлерстайна, Д.М. Гвишиани, П. Доверна, Д. Медоуза, Г. Харисеева,

---

<sup>209</sup> Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://устойчиворазвитие.рф/files/monographs/OurCommonFuture-introduction.pdf>

дина и многих других исследователей. А также обратиться к работам специалистов по политическому и стратегическому планированию в сфере охраны окружающей среды.<sup>210</sup>

В книге «Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction» исследуется шесть ключевых экологических и социальных принципов, которые были включены в международные соглашения и национальное законодательство. Это:

- принцип устойчивого развития;
- принцип «загрязняющий платит»;
- принцип осторожности;
- принцип справедливости;
- принцип прав человека;
- принцип участия.<sup>211</sup>

Возможно, именно эти принципы и должны быть положены в основу разумной инфоэкологической политики.

**2. Создание новых социальных движений, целью которых было бы продвижение идей экологии медиапространства в гражданском обществе.** За последние 20 лет значительно увеличилось количество движений, которые не ограничиваются стремлением к приобретению или защите тех или иных прав или материальных благ. Среди них есть социальные движения, выступающие за защиту окружающей среды, сохранение мира и др. Форма их организации отличается от моделей массовых движений: они стремятся создать сеть небольших групп локального характера, каждая из которых имеет свои принципы и стиль деятельности, но в акциях протеста принимает участие вместе с другими группами. Однако среди таких движений практически нет таких, которые встали бы на защиту медиапространства от неразумных действий людей...

**3. Формирование инфоэкологического сознания.** Неспособность инфоалармистов, несмотря на их активность, упорядочить взаимодействия людей с медиапространством, свидетельствует о том, что решение этих проблем невозможно без повышения социальной ответственности каждого человека за последствия своего воздействия на медиапространство. Чисто потребительский, технократический подход к медиапространству не просто узок и ограничен, он гиблен для культуры и цивилизации. Вывод очевиден: для решения проблем, возникающих между человеком и медиапространством, нужно изменить человека, систему его представлений. И именно здесь необходим новый подход, основанный на тесном «сотрудничестве» экологии медиапространства и медиаобразования. Но для этого следует отказаться от заложенного М. Маклюэном представления о рукотворности, искусственности медиа, которые созданы человеком в качестве функционального усилителя человеческих способностей.

---

<sup>210</sup> Loomis J., Helfand G.E. Environmental Policy Analysis for Decision Making. – Se-caucus, NJ, USA: Kluwer Academic Publishers, 2001. P. 292–298; URL: <http://site.ebrary.com/lib/hselibrary/Doc?id=10067231&ppg=307>

<sup>211</sup> См.: Beder S. Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction. – Sydney: UNSW Press, 2006; URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental\\_Principles\\_and\\_Policies](http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_Principles_and_Policies)

Придется совершить крутой разворот и встать на позиции принципиально иного подхода, согласно которому медиапространство возникло как естественный результат взаимодействия множества факторов и представляет собой в настоящее время относительно автономную систему, существование и развитие которой определяется какими-то, нами пока плохо исследованными закономерностями. Другими словами, медиапространство представляет собой *объективно существующую самоорганизующуюся систему*, не менее сложную, масштабную и самодостаточную, чем сама природа. И человек отнюдь не хозяин этой системы, а либо создатель ресурсов, необходимых ей для саморазвития, либо потребитель ресурсов, способный, по глупости или жадности, нанести этой системе вред, так же как человечество наносит вред биосистеме, именуемой «природа».

### Теории развития коммуникативной культуры

Понятием «коммуникативная культура» обозначаются накопленные в сфере коммуникации знания, ценности и нормы, проявляющие себя: в разнообразных философско-идеологических концепциях, задающих смысловые рамки понимания функций коммуникации; в технологиях коммуникации, которые мы обозначили понятием «коммуникационные матрицы».

Необходимость в тщательном исследовании категории «коммуникативная культура» обусловлена тем обстоятельством, что и в научной, и в популярной литературе до сих пор господствует термин «информационная культура» со множеством производных. Это господство, связанное с высочайшей популярностью понятийного аппарата теории информации, освещенной такими именами, как Н. Винер, К. Шенон, У.Р. Эшби и многие другие, стимулировало понимание коммуникации лишь как процесса обмена информации. При этом само понятие «информация» ассоциируется с понятием «сведения», что существенно обедняет смысл коммуникации, которая трактуется как феномен, органически связанный с управлением.

Резолюция 2009 года «Создание глобальной культуры кибербезопасности и оценка национальных усилий по защите важнейших информационных инфраструктур» ООН. В документе содержаться рекомендации по определению реальных потребностей кибербезопасности, фиксации деятельности по отношению к произошедшим сбоям, анализу и обновлению правовой документации. Важнейшими пунктами документа являются указания на необходимость взаимодействия государственных органов с частным сектором, бизнесом и гражданским обществом, вплоть до проведения образовательных кампаний среди отдельных граждан. Значительными элементами представляются специальные разработки образовательных модулей, которые содержат указания о безопасном поведении в Интернете, о соблюдении правовых норм и защите частной информации. Взаимодействие в этой области должно осуществляться на всех уровнях общественной системы, с учетом как разработок в правительственном секторе, так и в неправительственных организациях (НПО, академические круги, прочее).

Анализ показал, что в настоящее время в сфере коммуникации доминируют технократическая и сциентистская коммуникативная культуры.

**Технократическая коммуникативная культура** опирается на толкование всей современной цивилизации как «машинной», или техногенной. Человек в такой цивилизации рассматривается как элемент системы, винтик, который не обладает собственной ценностью. Технократическое мышление ориентируется на жесткий схематизм, механистичность, линейность и стандартизацию, о чем писали Т. Адорно, М. Хоркхаймер. Технократизм в мысли и действии ведет не только к обесцениванию человеческого мира. Важным его последствием является широкая возможность для манипулирования человеком как винтиком в большой, сложной системе достижения цели, системе, которая часто остается вне осознания и тем более вне сферы влияния задействованного в этом процессе человека-исполнителя.

В сфере коммуникации технократическая доктрина рассматривает коммуникацию как технологический процесс передачи количественной, точной и измеримой информации и допускает любые формы воздействия на людей, если эти формы приводят к нужному результату. Этот подход сформировался на основе теоретических положений теории информации К.Шеннона и кибернетики Н.Винера. Принципы изучения коммуникации как передачи информации в технических устройствах переносились на принципы изучения социально-политической коммуникации между людьми в социальных науках. В частности, характерной особенностью технократической парадигмы коммуникации является высокий уровень медиа-агрессии. Технократически ориентированные медиа, особенно телевидение, пропитаны сценами агрессии и насилия. Эстетизация насилия становится полноценным элементом драматургии многих известных телесериалов наших дней.

**Сциентистская коммуникативная культура** опирается на представление о том, что в сегодняшних условиях профессионал в сфере коммуникации должен использовать самые современные научные данные из психологии, коммуникативистики, нейропсихологического программирования и других областей знания, помогающих правильно формулировать цели, выбирать способы и оценивать результаты коммуникации. Отсюда интерес к научным исследованиям в сфере коммуникации; готовность организовывать обратную связь с адресатом коммуникации; эксперименты в сфере интегрированных коммуникаций и т.п. Научному исследованию подвергаются процессы духовного потребления, которые рассматриваются как часть более общего процесса «обработки людей людьми». Разрабатываются технологии управления процессом формирования ценностных ориентиров личности, ее установок на определенные духовные ценности. В каком-то смысле сциентистский подход представляет собой изощренную версию технократизма, но поскольку современная наука доказывает, что человек существенно более сложная система, чем это представляется технократам, и методы работы с человеком должны наполняться большей вариативностью, то иногда сциентизм смыкается с гуманистической, солидаристской моделью коммуникации.

Что касается так называемой **гуманитарной коммуникативной культуры**, которая восходит к системе утверждений, согласно которым человек, его право на свободу, счастье, развитие и проявление своих способностей, являются высшей ценностью и критерием оценки социальных институтов, а принципы равенства, справедливости, человечности являются желаемой нормой отношений между людьми, то ее проявления в современных медиа чрезвычайно редки.

### Заключение

На прошедшем 6 сентября 2000 года под эгидой ООН Саммите тысячелетия главы 185 государств пришли к согласию относительно необходимости совместными усилиями искоренить нужду и несправедливость, обеспечить устойчивое развитие мирового сообщества с учетом соблюдения экологической безопасности и рационального использования природных ресурсов. На этом форуме неоднократно подчеркивалось, что информация и культура пронизывают и предопределяют все сферы жизнедеятельности современного человека. При этом отмечалось, что существующие социально-экономические и экологические проблемы свидетельствуют не о недостатке производительных сил человечества, а о социокультурном, духовно-нравственном кризисе межнациональных и социальных отношений.

Однако произнесенные на этом форуме прекрасные слова так и остались словами. И вместо мира взаимодействующих ради общих целей сообществ людей, мы имеем мир противоборствующих государств, каждое из которых стремится доказать всем другим, что его сегодняшние интересы важнее интересов всех остальных стран. В угоду этим интересам, очень часто никак не сформулированным, разворачивается открытая и скрытая борьба, результатом которой является продолжающееся уничтожение мировых ресурсов и очень часто – человеческих жизней.

Культура борьбы, культура противостояния, культура ненависти продолжает свое триумфальное шествие по планете, и современные средства массовой коммуникации активно помогают ее движению. Былые надежды на то, что интернет и новые информационно-коммуникационные технологии помогут преобразовать мир в лучшую сторону оказались нереализованными.

Пришло время вновь вернуться идеям, высказанным на Саммите тысячелетия и в документах ООН и ЮНЕСКО и приступить к поиску реальных шагов для их воплощения.

*Опубликовано в сборнике «Информация и коммуникация в цифровую эпоху: явные и неявные воздействия» – М., 2018.*

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленные в этом сборнике статьи призваны обозначить некоторые болевые точки взаимоотношений СМИ и массовой аудитории, связанные с нарастающей волной ксенофобии, дискриминации, насилия по отношению к тем, кто кажется «Другим», «Чужим», «Врагом», обусловленной расширением процесса глобализации, обострением проблемы миграции и пр.

Поскольку такого рода сборники всегда носят фрагментарный характер, есть необходимость сформулировать несколько обобщающих выводов.

**1. Главный вывод 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 – со-

циальное 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, значительной 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 проблем 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 насилиниками.

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 (медиа-образы). Не ощущая подмены эмпирической действительности, предлагаемой медиа-реальностью, аудитория выстраивает свои отношения с окружающим миром, ориентируясь во многом не на саму реальность, а на интерпретацию, которую предлагают СМИ.

Разумеется, нельзя преувеличивать значение СМИ в продвижении норм агрессивного поведения людей. Многие исследователи считают, что «высокий уровень насилия, характерный для современной кино- и телепродукции, предположительно, наряду с другими факторами, может оказывать свое влияние на осуществление некоторых видов агрессивного поведения, но не следует переоценивать важность этой зависимости»<sup>212</sup>. Проще говоря, экранное насилие не является первичной мотивацией агрессивного поведения (в свое время аналогичный вывод на обширном исследовательском материале делал И.С. Кон в отношении порнографии).

---

<sup>212</sup> См. об этом: Бэррон Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб., 1998. – С. 117.

Другие исследователи полагают, что реакция на прочитанное, услышанное или увиденное зависит от интерпретации полученного сообщения. Другими словами, насилие в СМИ может вызвать соответствующие мысли и идеи. В свою очередь, эти мысли могут вызвать конкретные эмоции и поведенческие реакции.

Следовательно, необходимо, чтобы журналисты, определяющие основной набор транслируемых через СМИ образов и суждений, как минимум, были знакомы с современным пониманием проблематики насилия. И совсем было бы хорошо, если бы журналисты понимали свою роль в формировании той терроросреды, в которой все мы живем.

**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 искреннее 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 обычный 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** связан с представлением 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.**

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

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

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

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

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

При этом необходимо пояснить, что свобода СМИ – это «всего лишь» свобода выбора позиций, 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, полизэкранность, 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 суворенных 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 овладевать 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.**

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 изданиями. 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.

Идея толерантности идеально укладывается в заданную таким образом рамку диалога. Это естественно, поскольку в рамочной идеи диалога находит свое выражение неизбежность сосуществования (предпочтительно мирного) представителей разных позиций – идет ли речь о человеческом роде или о студенческом общежитии. При этом, встречаясь с «другим», мы неизбежно оказываемся перед дилеммой: считать ли свою позицию и свои взгляды верными, а позицию и взгляды «другого» – ошибочными, либо считать и те, и другие рядоположенными, но тогда уже частными и частичными. Выбор первого пути ведет к монологичной организации, борьбе с инакомыслящими (которая рано или поздно обязательно превращается в борьбу с мыслящими и мышлением как таковым); выбор второго – к диалогу, партнерству или соперничеству, но ограниченному определенными рамками, в предельном случае – рамкой права.

Дело в том, что зарубежная, да и отечественная практика свидетельствует: сама по себе установка на толерантность и диалог, в том числе межкультурный диалог (мультикультурализм), может привести и часто приводит к пресловутой «политкорректности», рискующей превратить диалог и толерантность в свою противоположность – монолог и диктат меньшинств. При этом люди теряют способность к подлинному самоопределению: они идентифицируют себя только через групповую принадлежность, снова появляются «наши» и «не наши», расплывается иерархия культурных ценностей и т.д.<sup>213</sup> Во избежание этих далеко идущих неприятностей толерантности и диалогу должен быть поставлен предел. Такой предел и задается рамкой права, которая понимается в данном случае как предельная рамка коммуникации в конфликтных ситуациях.

Вот цитата из работы «Русская идея...», где речь идет как раз о развитии России, каким его видят авторы: «Рамка права означает принятие принципа формального равенства перед судом и законом для всех граждан России (включая и власть предержащих). В рамках права не может быть врагов, а могут быть только оппоненты, соперники, противники. Все конфликты могут разрешаться при этом либо политическими средствами, либо в судебном порядке. Рамка диалога означает признание того, что все люди, все народы – разные. Каждый имеет право на свои подходы и взгляды, но никто не имеет оснований объявлять их единственными 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».<sup>214</sup>

Однако на практике 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

---

<sup>213</sup> Серль Д. Политика и гуманитарное образование // Отечественные записки, 2002. – № 1.

<sup>214</sup> Русская идея: демократическое развитие России. Российский научный фонд. – М., 1996. – С. 12.

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 действий<sup>215</sup>, 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.

**6. Диалогический 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) помочь во взаимодействии различных социальных групп, организация общественного диалога и социального партнерства;
- 5) стимулирование выработки норм толерантного поведения.

---

<sup>215</sup> 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.

**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 медиа-критики;
- проведение общественных дискуссий, образовательных и просветительских мероприятий с целью широкого общественного диалога по проблемам агрессии и экстремизма;
- разработка профессиональных стандартов, этических норм и механизмов саморегулирования в журналистском сообществе по освещению этнических, расовых и религиозных тем.

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

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агрессия в языке и речи. – М., 2004.
2. Антология ненасилия. – М.; Бостон, 1991.
3. Антропология насилия. – СПб.: Наука, 2001.
4. Апине И. Толерантность и этничность: Толерантность и согласие. – М., 1997.
5. Арендт Х. О насилии. – М.: Новое издательство, 2014.
6. Арендт Х. Опыты понимания, 1930-1954. Становление, изгнание и тоталитаризм. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2018.
7. Арон Р. История и диалектика насилия: Анализ сартровской «Критики диалектического разума». – М.: Изд-во «МСФ», 1993.
8. Арон Р. Мир и война между народами. – М., 2000.
9. Аронсон Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э.Р. Пратканис. – СПб.: Прайм-ЕвроЗнак, 2003.
10. Асмолов А.Г. Психология обыкновенного фанатизма // Век толерантности: Научно-публицистический вестник. – М., 2009.
11. Асмолов А.Г. Толерантность: различные парадигмы анализа // Толерантность в общественном сознании России. – М., 1998.
12. Афонина А.В. О телевидении в контексте толерантности // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия: материалы Междунар. конф. – Екатеринбург, 2002. – С. 61–66.
13. Баженова Е.А. Оппозиция свой – чужой в политическом дискурсе / Е.А. Баженова, С.А. Лапчева // Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – С. 16–18.
14. Барт Р. Мифологии. – М., 1996.
15. Безопасность личности, общества, государства: монография: в 2 т. / под общей ред. академика О.А. Колобова. – Н. Новгород: ФМО / ИСИ ННГУ, 2008.
16. Беньямин В. К критике насилия // Медиаэстетические произведения. – М.: Изд-во РГГУ, 2012.
17. Бергер П. Социальное конструирование реальности / П. Бергер, Т. Лукман. – М., 1995.
18. Берковиц Л. Агрессия. Причины, последствия и контроль. – СПб., 2002.
19. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=589943&p=1>
20. Бодрийяр Ж. Город и ненависть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bodr/Gor\\_Nas.php](https://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/Gor_Nas.php)
21. Бодрийяр Ж. Дух терроризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://inosmi.ru/untitled/20011106/142061.html>
22. Бонхёффер Д. Сопротивление и покорность. – М.: Прогресс, 1994.
23. Борисов Ю. Механизм «гедонистического риска» и его роль в отклоняющемся поведении молодежи // Мир психологии и психология в мире. – 1995. – №3.

24. Бреслав Г. Ненависть как предмет психологического исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyjournals.ru/textsbreslav/issue/57384.shtml>
25. Бурдье П. Начала. – М., 1994.
26. Бурдье П. О телевидении и журналистике. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.
27. Бурдье П. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993.
28. Бэррон Р. Агрессия / Р. Бэррон, Д. Ричардсон. – СПб.: Питер, 2000.
29. Вайнрих Х. Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С. 44–87.
30. Вельдер Р. К вопросу о феномене подсознательной агрессивности // Общественные науки и современность. – 1993. – №3. – С. 183–190.
31. Верховский А. Национализм и ксенофобия в российском обществе / А. Верховский, В. Прибыловский, Е. Михайловская. – М., 1998.
32. Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана. – М.: Гностис, 2002.
33. Галкин А.А. Культура толерантности перед вызовами глобализации / А.А. Галкин, Ю.А. Красин // Социс. – 2003. – №8.
34. Галтунг Д. Культурное насилие // Социальные конфликты: экспертиза, прогнозирование, технологии разрешения. – М., 1995. – Вып.8. Насилие: тенденции и альтернативы.
35. Ганди М. Моя вера в ненасилие // Вопросы философии. – 1992. – №3. – С. 65–66.
36. Ганди М. Революция без насилия. – Алгоритм, 2012.
37. Ганди М. Моя жизнь. – М.: Восточная литература, 1969.
38. Гачев Г.Д. Национальные образы мира. – М.: Советский писатель, 1988.
39. Гжегорчик А. Духовная коммуникация в свете идеала ненасилия // Вопросы философии. – 1992. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/vopros/16.html>
40. Гирц К. Интерпретация культур. – М.: РОССПЭН, 2004.
41. Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr.ru/conferences/sem.inf.gl.13.04.00.html>
42. Глюксманн А. Философия ненависти. – М.: АСТ, 2006.
43. Гоббс Т. Левиафан. Сочинения: в 2 т. Т. 2. – М.: Мысль, 1991.
44. Гранова И. Приемы манипуляции человеческим сознанием, используемые современными корпорациями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.shelep.msk.ru/?page\\_id=577](http://www.shelep.msk.ru/?page_id=577)
45. Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. – М.: Изд-во РАГС, 1998 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.psichology.vuzlib.net/book\\_0613\\_page\\_10.html](http://www.psichology.vuzlib.net/book_0613_page_10.html)
46. Грачев Г.В. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г.В. Грачев, И.К. Мельник. – М., 1999.

47. Гуггенбюль А. Зловещее очарование насилия. Профилактика детской агрессивности и жестокости и борьба с ними. – СПб.: Академический проект, 2000.
48. Гусейнов А.А. Понятия насилия и ненасилия // Вопросы философии. – 1994. – №4. – С. 35–41.
49. Гусейнов Г.Ч. Речь и насилие // Век XX-й и мир. – № 8. – 1998. – С. 34–40.
50. Давыдов И. История без лат. В защиту русской свободы и русской человечности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://carnegie.ru/commentary/66276>
51. Дебор Г. Общество спектакля. – М.: Логос, 2000.
52. Дзялошинский И.М. Глобализация медиапространства и проблема культурного разнообразия // Моделирование реальности в пространстве разнообразия: гуманитарные исследования общественных процессов. – М.: Ленанд, 2012. – С. 121–130.
53. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. – М.: Аспект Пресс, 2014.
54. Дзялошинский И.М. Вызовы медиаглобализации // Теория и история журналистики. – 2013. – С. 32–40.
55. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012.
56. Дзялошинский И.М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты: монография. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012.
57. Дзялошинский И.М. Культура, журналистика, толерантность // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. – Екатеринбург, 2002.
58. Дзялошинский И.М. Медиаглобализация и культурный суверенитет: вызовы и ответы // Актуальные проблемы взаимодействия журналистики, рекламы и PR в современном медиапространстве. – Челябинск: Центр научного сотрудничества, 2013.
59. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013.
60. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013.
61. Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: технологии манипулирования в интернете. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2017.
62. Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. М.: Издательство АПК и ППРО, 2016.
63. Дзялошинский И.М. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. – М.: Academia, 2007.
64. Диагностика толерантности в средствах массовой информации. – М.: Изд-во ИЭА РАН, 2002.
65. Диденко Б. Цивилизация каннибалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://modernlib.net/books/didenko\\_boris/civilizaciya\\_kannibalov/read](http://modernlib.net/books/didenko_boris/civilizaciya_kannibalov/read)
66. Диденко Б.А. Сумма антропологии. – М., 1992.

67. Дмитриев А.В. Насилие: социо-политический анализ / А.В. Дмитриев, И.Ю. Залысин. – М.: РОССПЭН, 2000.
68. Дмитриев А.В. Насилие. – М.: Гардарики, 2000.
69. Докинз Р. Эгоистичный ген. – М., 1994.
70. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: Феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо; Юрайт, 2000.
71. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня»? / Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенберг. – Екатеринбург, 2001.
72. Дюркгейм Э. Самоубийство. Социологический этюд / пер. с франц. – М., Мысль, 1994.
73. Ениколопов С.Н. Враждебность и проблема здоровья человека / С.Н. Ениколопов, А.В. Садовская // Журн. неврол. и психиатр. им. Корсакова. – 2000. – № 7.
74. Енина Л. Речевая агрессия и речевая толерантность в средствах массовой информации // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. – М., 2002.
75. Жамкочян М. Агрессия не исчезает и не появляется // Знание – сила. – 2000. – №7. – С. 21–32.
76. Жане П. Психический автоматизм. – М.: Начало, 1913.
77. Жижек С. Некоторые политические некорректные размышления о насилии во Франции и не только [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gumer.info/>,[http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/jijek/nek\\_pol.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/jijek/nek_pol.php)
78. Жижек С. О насилии. – М.: Европа, 2010.
79. Жирар Р. Насилие и священное. – М.: Новое литературное обозрение, 2010.
80. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Лейппе. – СПб.: Питер, 2000.
81. Зиммель Г. Человек как враг / Зиммель Г. Избранное: в 2 т. Т. 2. – М., 1996.
82. Зиновьев А.А. Глобальный человейник. – М.: Центрполиграф, 2000.
83. Зомбарт В. Торгаши и герои. Раздумья патриота: собрание сочинений: в 3 т. Т. 2. – СПб.: Владимир Даль, 2005.
84. Иванов В.М. Христианство и ненасилие. Принципы ненасилия. – М., 1991.
85. Изард К.Э. Психология эмоций. – СПб.: Питер, 2000.
86. Ильин И.А. О сопротивлении злу силою: собрание сочинений: в 10 т. Т. 5. – М., 1999.
87. Инглхарт Р. Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир. – Мысль, 2018.
88. Казанков А.А. Агрессия в архаических обществах (на примере охотников-собирателей полупустыни). – М.: Изд-во ИА РАН, 2002.
89. Камю А. Бунтующий человек. – М., 1990.
90. Кант И. К вечному миру: собрание сочинений: в 6 т. Т. 6. – М.: Мысль, 1966.

91. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо Алгоритм, 2008.
92. Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестник Моск. ун-та. Серия 7: Философия. – 1990. – №2.
93. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культуры. – М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000.
94. Кинг М.Л. Философия ненасилия: Шесть принципов // Антология ненасилия. – М.: Бостон, 1991.
95. Киреев Г.Н. Сущность ненасилия. – М., 1990.
96. Кириллова Н.Б. Медиакультура новой России. – М.: Академический Проект, 2007.
97. Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. – Л., 1978.
98. Китаев-Смык Л.А. Психология стресса. – М.: Наука, 1983.
99. Книга погромов. Погромы на Украине, в Белоруссии и европейской части России в период Гражданской войны 1918-1922 гг.: сборник документов. – М.: РОССПЭН, 2008.
100. Концен П. Фанатизм. Психоанализ этого ужасного явления. – Харьков: Гуманитарный Центр, 2011.
101. Короленко Ц.П. Семь путей к катастрофе: Деструктивное поведение в современном мире / Ц.П. Короленко, Т.А. Донских. – Новосибирск, Наука, 1990.
102. Красиков В.И. Насилие в эволюции, истории и современном обществе. – М.: Водолей, 2010.
103. Кузнецова М.Н. Религиозный фанатизм: понятие, сущность и пути преодоления: дис. .... канд. филос. наук. – Омск, 2003.
104. Кюнг Г. Религия, насилие и «священные войны» // Международный журнал Красного Креста. – 2005. – Т. 87, №858.
105. Лебон Г. Психология народов и масс. – М.: Терра – Книжный клуб, 2008.
106. Левин К. Разрешение социальных конфликтов. – СПб.: Речь, 2000.
107. Лекторский В.А. О толерантности // Философские науки. – 1997. – №3–4. – С. 14–18.
108. Лекторский В.А. О толерантности, плюрализме и критицизме // Вопросы философии. – 1997. – №11. – С. 46–54.
109. Леонтьев А.А. Язык пропаганды: социально-психологический аспект // Язык как средство идеологического воздействия: сборник обзоров. – М., 1983.
110. Лобок А.Н. Антропология мифа. – Екатеринбург: БКИ, 1997.
111. Лоренц К. Агрессия. – М.: Прогресс, 1994 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://nv-shulenina.narod.ru/lorenc\\_konrad\\_agressiya.pdf](http://nv-shulenina.narod.ru/lorenc_konrad_agressiya.pdf)
112. Лоренц К. Так называемое зло. К естественной истории агрессии. – М., 2008.
113. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2009.
114. Московичи С. Век толп. – М., 1998.
115. Муратов С. ТВ – эволюция нетерпимости. (История и конфликты этических представлений). – М., 2001.
116. Мы – сограждане. Т. 1, 2. – М., 2002.

117. Мэй Р.Р. Сила и невинность: в поисках истоков насилия. – М.: Смысл, 2001.
118. Мэмфорд Л. Техника и природа человека. В кн.: Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986.
119. Назаретян А.П. Антропология насилия и культура самоорганизации: Очерки по эволюционно-исторической психологии. – М., 2007.
120. Национализм, ксенофобия и нетерпимость в современной России. – М., 2002.
121. Ненасилие: Философия, этика, политика. – М.: Наука, 1993.
122. Нетерпимость в России. – М.: Московский Центр Карнеги, 1999.
123. Николаева Т.М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенсионального. – М., 1988.
124. Норт Д. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества / Д. Норт, Д. Уоллис, Б. Вайнгаст. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2011.
125. Ольшанский Д.В. Психология террора. – М.: Академический про-спект, 2002.
126. Опыт ненасилия в XX столетии: Социально-этические очерки. – М.: Аслан, 1996.
127. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. – М.: Искусство, 1991.
128. Остроухов В.В. Насилие сквозь призму веков: Историко-философский анализ. – М.: Олма-Пресс, 2003.
129. Паин Э. Социальная природа экстремизма и терроризма // Общественные науки и современность. – 2002. – №4. '
130. Паршин П. Речевое воздействие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://imc.rkc-74.ru/dlrstore/4/4be4c290-3db5-c4ef-05a5-6aac5078c5b3/1009689A.htm>
131. Перцев А.В. Жизненная стратегия толерантности: проблема становления в России и на Западе. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002.
132. Перцев А.В. Ментальная толерантность // Толерантность: вестник Уральского МИОН. – Екатеринбург, 2001. – №1. – С. 50–70.
133. Пилемский С.Г. Феномен человеческой агрессивности // Вопросы философии. – 2008. – №10. – С. 50–65.
134. Полонская Л.Р. Махатма Ганди: смысл жизни [Электронный ре-сурс]. – Режим доступа: <http://vivovoco.nns.ru/vv/papers/ecce/gandhi.htm>
135. Померанц Г.С. Опыт философии солидарности // Вопросы философии. – 1991. – №3.
136. Померанц Г.С. Равновесие насилия и ненасилия [Электронный ре-сурс]. – Режим доступа: [http://lib.userline.ru/book\\_info.php?id=836](http://lib.userline.ru/book_info.php?id=836)
137. Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. – М.: Наука, 1979.
138. Поршнев Б.Ф. О начале человеческой истории [Электронный ре-сурс]. – Режим доступа: <http://lib.ru/HISTORY/PORSHNEW/paleopsy.txt>
139. Проблемы информационно-психологической безопасности: сборник статей и материалов конференций. – М.: Институт психологии РАН, 1996.

140. Прохоров Е.П. Толерантность ценностное и нормативное ядро информационного порядка в демократическом обществе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2003. – №5. – С. 69–97.
141. Психология человеческой агрессивности: Хрестоматия. – Минск: Харвест, 2003.
142. Психология экстремальных ситуаций: Хрестоматия. – Минск: Харвест, 1999.
143. Репина Е.А. Текст как средство негативного воздействия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.psychro.ru](http://www.psychro.ru)
144. Речевая агрессия в современной культуре: – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2005.
145. Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 1997.
146. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, 1990.
147. Роль прессы в формировании в России гражданского общества. – М.: 1999.
148. Роль прессы в формировании в России гражданского общества. День сегодняшний. – М., 2000.
149. Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия: материалы Международной конф. – Екатеринбург, 2002.
150. Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. – М., 2002.
151. Санаева Т.Н. Социальный фанатизм. Н.-Новгород: Гладкова, 2001.
152. Селье Г. Психофизиология стресса. – М., 1991.
153. Скрыпник А.П. Зло // Этика. Энциклопедический словарь. – М., 2001.
154. Собкин В.С. Насилие и эротика на российском экране: опыт контент-анализа телевизионных трансляций // Образование и информационная культура. Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Том V. Вып. VII / В.С. Собкин, М.В. Хлебникова, А.М. Грачева; под ред. В.С. Собкин. – М.: Изд-во Центра социологии Российской Академии образования, 2000. – С. 138–161.
155. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. – М., 1998.
156. Соловьев В.С. Оправдание добра // Соловьев В.С. Сочинения в 2 т. Т. 1. – М.: Мысль, 1988.
157. Сорель Ж. Размышления о насилии. – М.: Фаланстер, 2013.
158. Социально-правовые аспекты противодействия насилию: материалы науч.-практ. конф. (Омск, 23 дек. 1998 г.). – Омск, 1999.
159. Становление духа корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов / ред. В.И. Бакштановский [и др.]. – М., 1995.
160. Степанянц М.Т. Философия ненасилия: уроки Ганди. – М.: Знание, 1992.
161. Тарасов К.А. «Агрессивная кинодиета» ТВ и студенчество // Высшее образование в России. – 2002. – №3. – С. 66–76.
162. Тарасов К.А. Глобализованное кино как школа насилия // Кино в мире и мир кино / отв. ред. Л. Будяк. – М.: Материк, 2003. – С. 116–133.

163. Тарасов К.А. Насилие в кино: притяжение и отталкивание // Испытание конкуренцией / ред. М.И. Жабский. – М.: Изд-во НИИ киноискусства, 1997. – С. 74–97.
164. Тейяр де Шарден П. Феномен человека. – М.: Наука, 1997.
165. Тишков В.А. Забыть о нации. (Постнационалистическое понимание национализма) // Вопросы философии. – 1998. – №9. – С. 3–26.
166. Тишков В.А. Стратегии противодействия экстремизму // Этничность и толерантность в средствах массовой информации. – М.: ИЭА РАН, 2002.
167. Толерантность в современной цивилизации: материалы Междунар. конф. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001.
168. Толерантность и полисубъективная социальность: материалы конф. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001.
169. Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками ксенофобии в обществе риска. – М.: Наука, 2011.
170. Уолцер М. О терпимости. – М.: Идея-Пресс, 2000.
171. Федоров А.В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004.
172. Философия и идеология ненасилия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sky.ru/~antimilitary/texts/philisofy.htm>
173. Философия ненасилия Л.Н. Толстого: точки зрения: коллективная монография. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002.
174. Философия, антропология и педагогика ненасилия: сб. ст. – Екатеринбург: Филантроп, 2006.
175. Франкл В. Человек в поисках смысла. – М.: Прогресс, 1990.
176. Фромм Э. Человек для себя. Иметь или быть? – Минск: Изд-во В.П. Ильин, 1997.
177. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. – М.: АСТ., 2004.
178. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для самого себя. – М., 2004.
179. Фромм Э. Душа человека. – М., 2004.
180. Фромм Э. Искусство любить. – СПб.: Азбука, 2001.
181. Фуко М. Надзирать и наказывать. – М., 1998.
182. Фуко М. Надзирать и наказывать. – М., 1999.
183. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций? // Полис. Политические исследования. – 1994. – №1.
184. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – М., 2001.
185. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб, 2006 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.rus.ec/b/209267/read>
186. Шалин В.В. Толерантность: культурная норма и политическая необходимость. – Краснодар: Периодика Кубани, 2000.
187. Шарп Д. Ненасильственная борьба: лучшее средство решения острых политических и этических конфликтов / общ. ред. А. Гусейнова // Этическая мысль. – М.: Республика, 1992.
188. Шипилов А.В. Свои, чужие и другие. – М.: Прогресс-Традиция, 2008.
189. Этика ненасилия: материалы Международной конф. – М.: ФО, 1991.

190. Эфроимсон В.П. Родословная альтруизма (Этика с позиций эволюционной генетики человека) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.follow.ru/article/146>
191. Эфроимсон В.П. Генетика этики и эстетики. – СПб., 1995.
192. Язык мой. Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М.: Центр экстремальной журналистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gumer.info/bibliotekBuks/Gurn/JazMoi/index.php>
193. Яковец Ю.В. Цивилизации в глобализированном мире XXI века: растворение, столкновение или трансформация? В кн.: Глобальные проблемы: географическая панорама 2002. Материалы постоянно действующего междисциплинарного семинара Клуба ученых «Глобальный мир». Вып.7 (19). – М.: Изд-во ИМЭМО; ИМ, 2002.
194. Яхъяев М.Я. Феномен религиозного фанатизма. – Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2006.

### **Литература на иностранных языках**

1. Altheide D.L. An ecology of Communication: Cultural formats of control. – New York: Aldine de Gruyter, 1995.
2. Barnes B. The Nature of Power. Oxford: Policy Press, 1988.
3. Bass D.M., et. al. Tactics of Manipulation // Journal of Personality and Social Psychology. 1987. Vol. 52. №6. P. 1219–1229.
4. Beck A. Comfortable confrontation // Journal of Management in Engineering. 2009. Vol. 5. P. 14–25.
5. Beck U. World risk society as cosmopolitan society? // Theory, culture and society. Vol. 13. 1996. №4.
6. Bettelheim B. The Informed Heart. – L., Paladin, 1970.
7. Black J. The Aesthetics of Murder. Baltimore: Johns Hopkins University Press. 1991.
8. Bradley B.P. Depression: Treatment / S.J.E. Lindsay and G.E. Powell (eds.) // The Handbook of Clinical Adult Psychology. 1995.
9. Buss A.H. The psychology of aggression // New York: Willey, 1961.
10. Chouliaraki L. The aestheticization of suffering on television. 2006.
11. Coakley J. Violence in Sports. Sports in Society. 2009.
12. Cohen A.J. Clockwork Orange and the Aestheticization of Violence. 1998.
13. Cohen S. Destruction of property: Motives and meanings // Vandalism / Ed. by C. Ward. – London: The Architectural Press, 1973.
14. Communicative ecology. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Communicative\\_ecology](https://en.wikipedia.org/wiki/Communicative_ecology)
15. Cordess C., Turcan M. Art vandalism // British Journal of Criminology. 1993. V. 33. №1.
16. Corner J. Television and culture: duties and pleasures // British cultural studies: geography, nationality, and identity / Ed. by D. Morley, K. Robins. – Oxford, 2004. P. 261–272.
17. De Weerth C., Kalma A.P. Female aggression as a response to sexual jealousy: A sex role reversal? //Aggressive Behavior. 1993. V. 19. P. 265–279.

18. Donnermeyer J.F., Phillips G.H. Vandals and vandalism in the USA // *Vandalism: Behavior and motivation* / Ed. by C. Levy-Leboyer. – Amsterdam: Hoth-Holland, 1983.
19. Eysenck H.J. *Crime and Personality*. – Boston, 1964.
20. Fanon F. *The Wretched of the Earth*. – N.Y.: Grove Press, Inc., 1978.
21. Feshbach S, Singer R.D. *Television and Aggression: An Experimental Field Study*. – San Francisco: Jossey-Bass. 1971.
22. Foth M., Hearn, G. Networked individualism of urban residents: Discovering the communicative ecology in inner-city apartment buildings // *Information, Communication & Society*. 2007. 10(5). P. 749–772.
23. Goldstein A. *The psychology of vandalism*. – New York: Plenum Press, 1996.
24. Goodin R.E. *Manipulatory politics*. – N. Haven; London, 1980.
25. Violence // *Violence and its Causes*. – Paris, UNESCO, 1981.
26. Haugen E. *The Ecology of language. Essays by Einar Haugen*. – Standford: Standford University Press, 1972.
27. Hearn G., Foth M. *Communicative Ecologies: Editorial Preface* // *The Electronic Journal of Communication*. 2007. 17(1–2).
28. Held D. *Mass Political Violence*. – N.Y. etc.: John Wiley, 1973. XV.
29. Holmes R. *Nonviolence in Theory and Practice*. Waveland Press, 2004.
30. Honderich T. *Political Violence*. Ithaca; New York, Comell University Press, 1976. X.
31. Howard J.L. Factors in school vandalism // *Journal of Research and Development in Education*. 1978. V. 11. No. 2.
32. Huntington S. *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century*. Norman and L.: University of Oklahoma Press, 1991.
33. Kernberg O. Hatred as a core affect of aggression // S. Akhtar, S. Kramer, H. Paren (eds). *The birth of hatred: Developmental, clinical, and technical aspects of intense aggression*. Northvale, NJ: Jason Aronson, 1995. P. 55–82.
34. Kube E., Shuster L. *Le vandalisme en milieu urbain* // *Revue Internationale de Criminologie et de Police Technique*. 1985. No. 2.
35. Levinas E. *Totality and Infinity: An essay on exteriority*, trans. A. Lingis, Pittsburgh: Duquesne University Press. 1969.
36. McDevitt J., Levin J., Bennett S. Hate crime offenders: An expanded typology // *J. of Soc. Iss.* 2002. V. 58. P. 303–317.
37. Mettler-Meibom B. *Soziale Kosten in der Informationsgesellschaft: Überlegungen zu einer Kommunikationsökologie*. – Frankfurt a.M., 1987.
38. Morales X. *Beauty and violence*. 2003
39. Nancy E. Willard *Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress*. – USA: Research Press, 2007.
40. Niebuhr R. *Moral Man and Immoral Society: A Study in Ethics and Politics*. Kessinger Publishing, 2006.
41. Park R.E. *Human Communities. The City and Human Ecology*. – Glencoe: Free Press, 1951.
42. Park R.I. *Human Ecology* // *Sociology (American Journal)*. 1936. Vol. 42.
43. Parry S.J. *Violence and Aggression in Contemporary Sport* // in *Ethics and Sport*. M.J. McNamee and S. J. Parry (eds.) – London: Taylor and Francis. 1998.

44. Postman N. The Humanism of Media Ecology // First Annual Convention of the Media ecology Association. – New York, NY Fordham University. 2000. June 16. P. 10–16.
45. Powell A. An ecology of public internet access: Exploring contextual internet access in an urban community // The Electronic Journal of Communication. 2007. 17(1-2).
46. Riker W.H. The art of Political Manipulation. – New Haven, London, 1986.
47. Robert E. Babe. An Ecology of Communication: Cultural Formats of Control // Canadian Journal of Communication. 1998. Vol. 23. №2. P. XII.
48. Robinson P.W. Manipulating parents: tactics used by children of all ages and ways parents can turn the tables. – Prentice-Hall, 1981.
49. Rudinow J. Manipulation // Ethics. Vol. 88. July 1978. №4. P. 338–347.
50. Samhdall D.M., Christensen H.H. Environmental cues and vandalism // Goldstein A. The psychology of vandalism. – New York: Plenum Press, 1996.
51. Selosse J. Vandalism: Speech acts // Vandalism: Behavior and motivation / Ed. by C. Levy-Leboyer. – Amsterdam: Hoth-Holland, 1983.
52. Smith M. What is Sports Violence // in J. Boxill, (ed.) Sport Ethics: An Anthology. Oxford: Blackwell. 2003
53. Tacchi J. Studying communicative ecologies: An ethnographic approach to information and communication technologies // 56th Annual Conference of the International Communication Association. 2006.
54. Van den Haag E. Political Violence and Civil Disobedience. N.Y. etc.: Harper Torchbooks, 1972. X.
55. Wagner M. Communicative ecology: How the bonobos do it // International Journal of the Humanities. 2004. № 2(3). P. 2365–2374.
56. Wiesenthal D.L. Psychological aspects of vandalism // European Perspectives in Psychology / Ed. by P. Drenth, et al. 1990. №3.
57. Wise J. A gentle deterrent to vandalism // Psychology Today. 1982. V. 16. №9.

*Научное издание*

Дзялошинский Иосиф Михайлович  
Дзялошинская Марина Иоанновна

**РОССИЙСКИЕ СМИ:  
КАК СОЗДАЕТСЯ ОБРАЗ ВРАГА  
СТАТЬИ РАЗНЫХ ЛЕТ**

Издание второе, дополненное

Редактор А.И. Сазонова  
Компьютерная верстка и правка *А.А. Кузьмина*  
Дизайн обложки *Н.В. Фирсова*

Подписано в печать 12.09.2019 г.

Дата выхода издания в свет 23.09.2019 г.

Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Гарнитура Times. Усл. печ. л. 18,3675. Заказ К-526. Тираж 500  
экз. Издательский дом «Среда»  
428005, Чебоксары, Гражданская, 75  
8 800 775 09 02  
[info@phsreda.com](mailto:info@phsreda.com)  
[www.phsreda.com](http://www.phsreda.com)

Отпечатано в Студии печати «Максимум»  
428005, Чебоксары, Гражданская, 75  
+7 (8352) 655-047  
[info@maksimum21.ru](mailto:info@maksimum21.ru)  
[www.maksimum21.ru](http://www.maksimum21.ru)