© ЭО, 2003 г., № 5

В.К. Малькова

ЭТНИЧНОСТЬ И ТОЛЕРАНТНОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ

В последнее столетие этничность стала важным фактором общественной жизни разных стран и народов. Особенно это заметно в многонациональной России, где интерес общества к этническим проблемам связан с рядом причин, в первую очередь с резкой политизацией этничности. И российские средства массовой информации (СМИ) играют в этом одну из решающих ролей.

Действительно, средства массовой информации – один из значимых факторов, способствующих формированию массовых толерантных или интолерантных представлений и установок людей, в том числе в сфере межэтнического взаимодействия. От толерантной или конфликтной направленности деятельности СМИ, от гражданской позиции и ответственности журналистов и других авторов, выступающих в них, в большой мере зависит будет ли в стране, в регионе межнациональный мир или будет разжигаться межнациональная рознь, усиливаться межэтническая напряженность. В идеале демократические СМИ в гражданском обществе должны стремиться к тому, чтобы толерантность стала важной ценностью и обыденной нормой общественного сознания и поведения людей.

Однако на практике мы видим, что этническая информация, передаваемая через современные российские СМИ в массовое сознание, по воле идеологов и стоящих за ними политиков или спонсоров, может быть толерантной, а может быть и интолерантной, т.е. может *объединять*, а может и *разделять* полиэтничное население. Опасность заключается в том, что СМИ и журналисты нередко используют некоторые этнические особенности в жизни людей в политических целях. СМИ, как показывает практика, могут ориентировать массовое сознание не на толерантные идеи равенства всех этносов перед законом, а на идеи приоритетов и льгот, идеи шовинизма, национал-фашизма и расизма. И это в конечном счете приводит к проявлениям национал-экстремизма и к межэтническим конфликтам в обществе.

Изучение проблем, связанных с освещением этничности в СМИ, важно потому, что оно имеет существенные и общественно значимые выходы на реальные межэтнические отношения и способствует либо сохранению межэтнического мира и согласия, либо разжиганию межнациональной напряженности.

В данной статье, написанной на основе многочисленных исследований деятельности СМИ, проведенных автором в Институте этнологии и антропологии (ИЭА) РАН, сделана попытка кратко рассмотреть основные узлы и направления, требующие пристального внимания современных обществоведов, в первую очередь этнологов, этнополитологов, этнопсихологов.

Что такое “этническая журналистика” и “этническая информация”?

Наши многочисленные исследования показывают, что в последние десятилетия через российские и многие мировые СМИ большим потоком в массовое сознание передается так называемая *этническая информация*. Средства массовой информации и журналисты, рассказывая о разных сторонах жизни общества, естественно, касаются и проблем, связанных с ее национальными (этническими) аспектами (или с этничностью). Для журналистов этничность является еще одним важным штрихом, определяющим героев их газетных, радио- и телевизионных материалов, а этнический признак, совсем незначимый в большинстве случаев, порой используется прессой как яркий знак, или символ, при описании отдельных событий. Таким образом,

журналистику, освещающую проблемы этничности, можно условно назвать *этнической журналистикой*, а информацию об этнических особенностях жизни, появляющуюся в СМИ в разных формах, – *этнической информацией*. Эти термины, хотя и вызывают ряд возражений, тем не менее уже прижились в научной литературе и вряд ли уйдут из нее в ближайшие десятилетия.

Этническая информация – это прежде всего рассказы (или упоминания) о народах и странах, о национальных или этнических обычаях и ценностях. Это, конечно, и безграничное поле этнической (национальной) политики и межэтнического взаимодействия, это и информация об этнической (национальной) экономике, о спорте и медицине, педагогике и других сферах общественной жизни. Кроме того, этничность в СМИ – это еще и очень трудноуловимые явления, связанные с этнической (национальной) психологией людей – чувствами, эмоциями, представлениями.

Основными признаками этнической информации в газете или в передачах радио и ТВ являются упоминания этнонимов, например, *русский, грузин, татарин*, а также их производных: *грузинский, татарский, немецкий, английский, русский* и т.д.; в некоторых случаях упоминания названий стран или национальных регионов: *Саха/Якутия, Татария, Калмыкия, Китай, Япония…*, а также употребление в публикациях слов, связанных с этничностью: *шовинизм, национализм, национал-экстремизм, ксенофобия, национал-фашизм* и др.[1]

Изучение проблем этничности в СМИ во всем мире пока находится на начальной стадии. Тем не менее сделано уже немало. В настоящее время мы присутствуем при рождении нового научного направления, связанного с изучением всех аспектов этнической деятельности СМИ. Это направление развивается на стыке многих наук: этнологии, психологии, филологии, юриспруденции, политологии, истории, а также журналистики и др.

Большая работа ведется в ИЭА РАН, где еще с 1970-х годов разрабатываются методологические подходы к изучению этничности в СМИ и проводятся сравнительные этносоциологические исследования центральной и региональной прессы. Сотрудниками института ведутся и совместные исследования, например, с преподавателями журналистики из ряда российских университетов, с Союзом журналистов РФ, Фондом защиты гласности, Независимым институтом коммуникативистики (НИК), Институтом развития прессы и др. Кроме того, мы проводим много семинаров и встреч для практических журналистов и организаторов журналистики России, для представителей национальных диаспор, издающих свои газеты. За два последних года мы приняли участие более чем в 20 подобных семинарах в разных регионах страны и за ее пределами (в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Казани, Воронеже, Новосибирске, Екатеринбурге, Оренбурге, Махачкале, Нальчике, Чимкенте). В ИЭА РАН публикуются по этим проблемам монографии, статьи, брошюры[2]. Сотрудники института участвуют в ряде проектов и программ, посвященных изучению разных сторон толерантной и интолерантной деятельности российских СМИ, их роли в сохранении межэтнического мира и спокойствия. Все это в конечном счете направлено на профилактику национал-экстремизма в российском обществе, на формирование установок толерантного сознания у журналистов и у всего многонационального населения нашей страны.

Нам представляется, что основной целью научных исследований деятельности СМИ должен быть *поиск наиболее оптимальных способов распространения в массовом сознании идей гуманизма, идей этнической толерантности и этнического равенства граждан и народов и осуждение любых проявлений национал-экстремизма, национальных фобий и других форм этнической дискриминации*.

Важной исследовательской задачей, на наш взгляд, является также изучение технологий конструирования и распространения в массовом сознании этнической информации[3].

Толерантное или конфликтное освещение этничности в СМИ – проблема актуальная как для науки, так и для практики

Этническая информация, передаваемая СМИ, может выполнять очень гуманную, толерантную миссию. Она просвещает людей, информирует их, развлекает, организовывает на добрые дела и выполняет еще ряд других полезных функций. Из этого источника люди узнают много нового о других народах, и это воспитывает у читателей, слушателей, зрителей интерес и уважение к ним, к их жизни и достижениям. Позитивная этническая информация о собственном народе также важна: она способствует формированию этнического самосознания, уважительного отношения к своей этнической общности, к своему этническому или национальному достоинству. Кроме того, толерантная этническая информация способствует формированию массовых позитивных представлений людей в области межнациональных отношений.

Однако теперь хорошо известно, что этническая информация, представленная реципиенту определенным образом, способна играть и очень заметную *деструктивную роль* в обществе. К настоящему времени уже существуют и активно применяются на практике много способов и технологий, с помощью которых можно повлиять на необходимое коммуникатору восприятие текста (в том числе и этнически окрашенного), внушить реципиенту – читателю, слушателю, зрителю – определенную мысль, идею, в чем-то убедить его.

СМИ, освещающие этничность, способны не только объединять полиэтничное население, например, с помощью идеи "*Мы все – россияне*", но и разъединять его на отдельные этносы, у которых якобы разные ценности, успехи и достижения, разные цели и интересы. Такое разделение достигается, в частности, "задеванием" этнических чувств и достоинства людей, провоцированием массовых этнических обид, разделением людей на НАС и НЕ НАС… Причем, эти НЕ МЫ или ДРУГИЕ могут быть представлены СМИ тоже неодинаково: как соседи или партнеры, с которыми можно найти точки соприкосновения, а могут быть представлены в образе серьезных конкурентов или врагов. Иногда всего лишь одна публикация провоцирует нарастание напряженности и враждебности между проживающими рядом представителями разных этнических групп. Этничность, передаваемая через СМИ, способна мобилизовать народ, сплотить представителей одного этноса, например, на основе защиты их национальных ценностей – родной земли, родной страны, религии и других национальных святынь. В то же время поднятая или мобилизованная политиками и журналистами этничность может возбудить национальное самосознание и на основе конкуренции с "другими", с "чужими", с теми, кто якобы пытается отнять "у нас" "наши" ценности…. Читателю и журналисту не всегда просто увидеть и осознать, что специальное, массированное формирование общественного этнического сознания, нагнетание этнических страстей с помощью прессы нередко направлены на распространение у населения установок нетерпимости: противостоять "им" как нашему противнику, защитить нашу ценность, отстоять ее, не отдать… Как известно, это нередко означает *не пустить, прогнать, выселить, убрать "чужих", "не нас", "этнически других", "не таких, как мы"*.

Подобные примеры нетолерантной этнической журналистики мы фиксировали в 1990-е годы в прессе бывших союзных и некоторых российских республик[4]. И в настоящее время мы видим многочисленные примеры выступлений в СМИ, в которых не только сообщается, например, о пребывании в регионе инокультурных жителей, но и распространяются их негативные стереотипы и интолерантные этнические идеи. К сожалению, нередко именно СМИ, подталкиваемые политиками, провоцируют эти разъединяющие людей дискриминационные акции, создавая в регионах этнопсихологическую напряженность, психологически "выдавливая" инокультурных жителей из данной местности. Такую картину в наши дни мы наблюдаем в прессе практически всех крупных регионов и городов России.

Один из самых принципиальных вопросов для современных обществоведов: что считать толерантным или интолерантным и вредным при освещении в СМИ этнических особенностей нашей жизни? Более или менее четкими ориентирами, или рамками, в которых должна повсеместно осуществляться "этническая" деятельность СМИ, являются международные и отечественные документы о стандартах и нормах поведения в демократическом обществе, где соблюдаются гражданские права людей, в том числе этнические. В нашей стране – это соответствующие статьи Конституции РФ, Гражданского и Уголовного кодексов РФ, ряд специальных законов о СМИ, о гражданстве РФ, об экстремизме, о языках народов РФ и т.д. Кроме того, по аналогии с зарубежными у нас разработан ряд профессионально-этических кодексов российских журналистов[5]... Документов немало, но их недостаток – декларативность. Это чаще всего "рамочные" рекомендации, не содержащие конкретных рабочих понятий и определений, например, таких явлений, как *разжигание межнациональной розни, унижение национальной чести и достоинства, национальная исключительность, национал-фашизм, шовинизм, национал-экстремизм*, и др.[6]

Основные точки соприкосновения СМИ и этничности

На основании нашего исследовательского опыта можно выделить 5 основных узлов, или точек соприкосновения, этничности со средствами массовой информации, которые требуют специального внимания исследователей.

"Этнические" каналы СМИ и их функционирование. Речь идет как о центральных, так и о региональных прессе, радио, телевидении. Мы имеем в виду их создание, определение необходимых объемов вещания и этноязыковых аспектов информации, проблемы журналистских кадров, финансирования и т.д. Важно отметить необходимость разного подхода к каждому каналу СМИ, целенаправленно освещающему проблемы этничности. Например, в России существуют и активно работают так называемые СМИ этнических диаспор и меньшинств, которые появились в основном в последнее десятилетие. Они несут в массовое сознание концентрированную этнокультурную информацию, переходящую порой и в этнополитическую[7]. Кроме таких условно названных этнических каналов СМИ в этом направлении активно работают и наднациональные СМИ, также доводящие до массового сознания хоть и рассеянную, но все же довольно интенсивную этническую информацию. Именно их "этническая деятельность" в силу большой распространенности этих СМИ и требует в наши дни повышенного внимания общества.

Аудитория СМИ, получающая этническую информацию. Для деятельности СМИ, освещающих этнические аспекты общественной жизни, важны такие факторы, как этнический состав населения в регионах, количественное соотношение представителей разных этнических групп, их половозрастная и социальная структура, срок (давность) и перспективы их проживания на данной территории, степень их интеграции в принимающее сообщество, их собственные этнокультурные интересы и др. Причем каждый из этих факторов имеет свои особенности в разных регионах России[8].

Гражданские позиции журналистов и других авторов, освещающих этничность в СМИ и формирующих этноконфликтное или этнотолерантное сознание масс (профессионально-этические и правовые аспекты проблемы).

Правовые основы и нормы этнической журналистики (недостаточно разработаны или отсутствуют реальные механизмы для регулирования толерантной деятельности СМИ).

Один из самых важных узлов соприкосновения этничности и СМИ – ***собственно этническая информация,*** ее содержание и направленность, а также ее потенциальный толерантный или конфликтный эффект. Здесь требует изучения масса проблем, важных для регулирования межэтнических отношений в стране: направления и разнообразие этнической проблематики в федеральных, республиканских, област-

ных и других СМИ; позиции и задачи федеральных и региональных идеологов, освещающих проблемы этничности; представленность разных этносов в СМИ (русский – титульный – меньшинства; этнические мигранты, зарубежные этносы); этнорегиональные особенности и акценты в подаче политической, экономической, культурной этнической информации; распространение через СМИ этнических стереотипов (образы русских и россиян; образы "титульных" этносов и республик, образы этнических меньшинств и др.), этнических идеологем и мифологем, этнической лексики; толерантная или интолерантная направленность всей этнической информации.

Как видим, точек соприкосновения СМИ и этничности, а также проблем для научно-практических исследований много. И все они, пока только частично изучаемые российской наукой, очень важны для реального сохранения межэтнического мира в стране.

Теперь обратимся к самой этнической информации.

"Этническое пространство" в общественно-политических изданиях

Может встать вопрос: а каков объем "этнической информации" в материалах СМИ? Наши исследования российской прессы фиксируют довольно большое и устойчивое внимание как центральных, так и республиканских СМИ к этническим аспектам современной общественной жизни. Это *упоминание этнонимов*, конструирование *этнических идей и мифов*, распространение *позитивных и негативных этнических стереотипов*, использование *особых лексических форм* и др. Об этом будет сказано подробнее ниже. Анализируя российскую прессу, мы, например, выявили, что в нескольких популярных федеральных изданиях, таких как "Московский комсомолец" (МК), "Аргументы и факты" (АИФ), "Независимая газета" (НГ), в течение февраля 2000 г. упоминалось от 260 (АИФ) до 1907 (НГ) раз о национальных различиях в российском обществе. Другое наше исследование зафиксировало, что в девяти российских изданиях (федеральных, московских и региональных) в течение февраля 2001 г. встречалось более 130 *этнических стереотипов* (как позитивных, так и негативных). Причем основная их часть публиковалась в центральных, а не в региональных изданиях. Много это или мало? Заметим, к слову, что большая часть упомянутых стереотипов – негативные, нередко обижающие людей, затрагивающие их национальные чувства и достоинство[9]. Объем этнической информации в разных изданиях неодинаков. Так, последние наши исследования показывают, что, например, в федеральных и столичных изданиях доля публикаций с этнической окраской доходит до 15% от общего количества публикаций каждого номера[10], а в республиканских газетах их доля нередко превышает 50%.

Важно подчеркнуть, что в последнее десятилетие вслед за реалиями жизни и в журналистике разрастается этническое пространство, что далеко не всегда оправдано. Этничность иногда без особой необходимости актуализируется в молодежных и узкопрофессиональных изданиях, в том числе в спортивных, музыкальных, литературных.

Тематика "этнических публикаций", наиболее часто встречающаяся в российской прессе

Как уже упоминалось, этничность в сообщениях СМИ пронизывает практически все сферы жизни – от большой политики до самых "мелких" бытовых событий. И большинство выступлений, имеющих этническую окраску, так или иначе связано с этнополитикой.

Этнокультурное развитие этносов – одна из основных тем для прессы, особенно республиканской. Иногда в российских республиках журналисты показывают этот процесс как "этническое возрождение" или "этнический ренессанс". Здесь нередко речь идет о проблемах этногенеза, демографии так называемых титульных

этносов республик, об успехах "своих" этносов в прошлом и об их интересах в настоящем и будущем. При этом, как правило, реконструируется или романтизируется их историческое прошлое, реанимируются и мифологизируются этнические герои и памятники, поднимаются вопросы о направлениях языковой политики, о переименовании улиц, городов, поселков. Подобная информация особенно активно распространялась в республиканской прессе в последнее десятилетие и была направлена на формирование этнической идентичности (порой гипертрофированной) у представителей определенной группы, на их сплочение на основе единой истории, единых ценностей, а порой и единой территории.

Но далеко не всегда подобные материалы содержат в себе только позитивный подтекст. В некоторых полиэтничных регионах с помощью таких материалов нередко одна часть населения психологически как бы отделяется от другой – иноэтничной, якобы нездешней. Через подобную информацию довольно часто проводятся идеи желаемого доминирования одной национальности над другой, муссируются разговоры о необходимых льготах и привилегиях представителям так называемых коренных национальностей. И в этом отношении подобные материалы могут представлять интолерантную опасность. Здесь журналистам важно соблюдать определенный этноинформационный баланс, человеческую и этническую деликатность и профессионализм в освещении подобных сюжетов.

Межнациональные (межэтнические) отношения в российских регионах остаются важной и актуальной темой для современных СМИ. Тут проблем, затрагиваемых прессой, масса: этнические меньшинства, издавна проживающие в городе или районе, недавние этнические мигранты и принимающие этносы, взаимоотношения которых в журналистских сообщениях представляются порой как отношения "свои" и "чужие"; приоритеты этнических культур, языков и др. Межэтнические связи в регионах – огромная и, пожалуй, одна из наиболее болезненных тем для современных российских СМИ. Судя по данным наших исследований, контакты этносов далеко не всегда описываются в СМИ позитивно. В прошлое десятилетие особенно неблагоприятно это выглядело в прессе федеральной и столичной. Что касается республиканских журналистов, то при освещении межэтнического взаимодействия в своих регионах они в последние годы выступают в прессе заметно толерантнее, чем столичные.

Межэтнические конфликты – еще одна актуальная этнически окрашенная тема в постсоветское время. В первую очередь речь идет о событиях в Чечне и других "горячих" точках. Как известно, описываемые в СМИ военные события далеко не всегда связаны с этническими аспектами жизни людей. Однако стараниями журналистов и политиков в массовом сознании они становятся именно таковыми. В подобных публикациях далеко не всегда можно встретить сбалансированную, объективную информацию. И это беда не только журналистов центральных СМИ, но и всех других, которые выступают на страницах региональных газет с патриотических позиций, защищающих свою страну или свою национальность. Здесь в очередной раз сказывается научная и юридическая неразработанность многих понятий, в том числе такого ключевого, как "патриотизм". Практически во всех публикациях СМИ о военных событиях заметны политические интересы, нередко прикрываемые этничностью или не всегда справедливым стремлением защитить "своих".

Этнический криминал – также конфликтогенная тема, поскольку нередко именно в подобных материалах представители разных этносов (за исключением русского и некоторых других) представляются как преступники, а сами преступления связываются авторами публикаций с определенными национальностями. Нередко на основании одного–двух примеров в СМИ делаются обобщения о поголовной преступности среди представителей какой-либо национальности (грузины, чеченцы, азербайджанцы, цыгане и др.). И это не только обижает невиновных, вызывая горечь и обиды у представителей этих национальностей, но и способствует распространению в массовом сознании негативных образов данных этнических общностей.

Взаимоотношения республик и федерального Центра актуализируется в прессе в зависимости от конкретных поводов, возникающих в Центре или в конкретном регионе. В последние годы в прессе проводились информационные кампании, связанные, например, с выборами в Саха (Якутии) и в Калмыкии, с позицией Татарстана по некоторым спорным конституционным вопросам, с некоторыми проблемами в Башкортостане и др. В этих случаях СМИ наряду с политиками довольно активно играли на этнических чувствах населения, используя этничность и вызывая в массовом сознании жителей республик негативное отношение к "коварному" федеральному Центру.

Национал-экстремизм и различные этнические фобии – еще одна большая и очень острая тема для современной журналистики. В различных изданиях эти проблемы освещаются также по-разному. Иногда это кампании осуждения случаев экстремизма, общие для всех СМИ. Но иногда отдельные СМИ сами инициируют обсуждение подобных тем и представляют их далеко не всегда с толерантных позиций. В последние годы в центральной прессе наблюдался ряд подобных кампаний, касавшихся проблем кавказофобии, чеченофобии, юдофобии, цыганофобии. Нередко такие не совсем профессионально подготовленные публикации (порой это делается намеренно, под прикрытием "наивности" автора) сами становятся предметом общественного обсуждения и вызывают ненужный всплеск негативного интереса к этническим различиям людей, нагнетают межэтнические страсти и напряженность в обществе.

Этноконфессиональные и межконфессиональные взаимоотношения в прошедшие годы стали для газет, радио и телевидения особенно острой темой. Порой СМИ не просто освещают проблемы разных конфессий, но сталкивают их между собой: православных с католиками, христиан с мусульманами и т.д. Здесь часто появляются "заказные" публикации, тенденциозно освещающие тот или иной персонаж или событие.

Основные способы передачи этнической информации в массовое сознание

Попытаемся рассмотреть основные формы появления этнической информации в прессе.

1. *Сообщения о событиях* (фактах) в жизни этносов, их культуре, экономике, политике (например: "Татарские школьники начали учить свою историю по новым учебникам"; "Тувинские шаманы участвуют в политической жизни своей республики"; «В Дагестане открылась фотовыставка "Лицо кавказской национальности"»…).

2. *Создание и распространение этнических образов* и стереотипов (позитивных и негативных, образов НАС, а также ДРУГИХ – друзей и партнеров или противников и врагов (например: американцы – малообразованные, самодовольные люди, а французы легкомысленные; русские люди ленивы и простодушны; аварцы гостеприимны и толерантны).

3. *Конструирование этнических* идей или идеологем, иногда подчеркивающих пользу или вред, которые приносят "нам" "другие" (например: "Слишком много этнических мигрантов приезжают к нам, они нам мешают и их надо выселить").

4. *Толерантная или конфликтная* мифология о прошлом, настоящем и будущем "нас" и "их", о "наших" и "их" интересах и их защите (например: "Это наша этническая территория, мы здесь "коренные", поэтому мы должны иметь льготы и преимущества", или: "Мы – особый народ, и другим трудно нас понять").

5. *Толерантная или конфликтная* лексика, содержащаяся в этнической информации прессы, в том числе в заголовках (пример толерантной лексики: "дружественные нам узбеки и русские"; пример конфликтных лексем: "чеченские бандиты", "афганские террористы", "лица кавказской национальности", "лица арабско-азиатской национальности").

6. *Иллюстрации* – рисунки, фотографии, карикатуры с этнической тематикой.

Приведенные формы или способы передачи этничности в массовое сознание через прессу еще раз показывают, какой огромный потенциал толерантности или конфликтности может содержаться в информации, получаемой реципиентом только через печатный текст. На радио и особенно в телепередачах используются кроме того и другие нюансы: интонации, звуковые эмоции, громкость, музыка, разные шумы, а на телевидении еще и жесты, мимика, фон.

Конкретные материалы газет с этнической окраской

Как уже упоминалось выше, этнически окрашенная информация распространяется в прессе через несколько основных структурных единиц текста: через этнонимы и этнические лексемы, этнические стереотипы или образы, идеологемы и мифологемы, окрашенные этничностью, а также через иллюстрированный материал (фотографии, рисунки, коллажи, карикатуры и т.д.).

Приведем некоторые примеры того, как (толерантно и интолерантно) журналисты и идеологи используют в своей деятельности *этнонимы и этнические лексемы.* Приведем некоторые названия публикаций из самых популярных российских газет "Московский комсомолец" (тираж 2 268 902 экз.) и "Аргументы и факты" (2 964 000 экз.) в последние годы: *Пуштуны против таджиков* (МК – 2002, 1 февр.); *Мошенники-китайцы увеличивали банковские счета в тысячу раз* (МК – 2000, 27 дек.); *Под угрозой увольнения украинка выбросила ребенка в мусорный бак* (МК – 2002, 30 янв.); *Из негра сделали мясной рулет* (МК – 2001, 18 июня); *Итальянские туфли шили в Москве из китайских материалов армяне* (МК – 2001, 22 авг.); *Одиннадцать китайцев сгорели, не сладив с русской печью* (МК – 1998, 19 марта); *Резать евреев студент пришел с целым набором ножей* (МК –1999, 14 июля); *Полный абхаз для грузин* (МК – 2001, 11 окт.).

Какие чувства могут вызвать у представителей разных этносов подобные высказывания, сделанные публично? Что в них можно увидеть – толерантность или конфликтность? А ведь здесь приведена лишь небольшая часть имеющихся в нашем распоряжении примеров!

Однако современные журналисты используют и другие формы привлечения внимания читателей к этнической информации, например, употребление этнонимов в шапках газет, на первых страницах. Самым наглядным примером этого служит "Московский комсомолец": *в день рождения Наина Ельцина вкусит "поцелуй негра"; Украинцы вляпались в большую Кучму; Московских цыган прижмут к ногтю; Каждый пятый студент в России будет китайцем; У чукчей нет ни мата, ни банкомата; Чукчи скупают заводы в Москве; Русских детей ждет в Германии "голубое" детство; Русские педофилы переполошили Италию.*

Эти и многие другие подобные выкрики-анонсы, напечатанные крупным шрифтом над шапкой газеты, появлялись в "Московском комсомольце" в последнее время. Часть из них кажется даже забавной. Журналисты, не задумываясь, смеются, ерничают и даже глумятся над этничностью, вызывая естественный протест у представителей той или иной этнической группы. Это явные примеры эпатажной, нетолерантной журналистики.

В своих работах мы попытались выделить наиболее распространенные типы этнических лексем (более десятка), используемых современными российскими журналистами. Назовем лишь некоторые из них[11]: 1) комплиментарные этнические лексемы (*гостеприимный, хлебосольный народ, певческий этнос*); 2) нейтральные лексемы (*якутская история, французская пресса, русский хлеб*); 3) негативные лексемы. Их разновидностей масса, укажем лишь на три из них: лексемы-нелепости: *лицо кавказской национальности (азиатской, славянской); тувинский грек, русский негр;* лексемы-насмешки: *сопливая американская мелодрама,* лексемы-обвинения: *чеченские отморозки, подлые американцы, назойливые цыгане* и др.

Общество, пытающееся установить межэтнический диалог, проповедующее гуманистические ценности, должно решить, возможны ли подобные (и многие другие) высказывания в СМИ демократической полиэтничной страны, где соблюдаются права человека, права меньшинств, где отсутствует дискриминация по этническому признаку. В новом гражданском обществе, которое строится в России, необходимы не только усиление гражданской ответственности журналистов за печатное слово, но и серьезная научная и законодательная разработка "этнической терминологии", разработка корректного языка СМИ, связанного с освещением этничности.

Следующая очень показательная форма распространения толерантной или конфликтной этничности через СМИ – это *создание этнических стереотипов*. Заметим, что этнические стереотипы в СМИ – это не только характеристики или свойства представителей разных этносов. Это, кроме того, и описание всех сторон их жизни, включая ИХ страну, ИХ историю, культуру, ИХ этнических героев и многие другие ценности, ассоциируемые с данным этносом[12]. Посмотрим, как некоторые современные газеты только в заголовках публикаций (!!!)* представляют читателям, например, образ русских: *Русские – нация без будущего* (МК – 1999, 23 сент.); *Русский беднее американца в 15 раз* (АИФ); *Русские бандиты всегда лучше* (МК – 2001, 12 мая); *Русский бизнес – убийство по найму* (МК – 2001, 16 февр.); *Ну что, чурка русский, в хобот хочешь? Особенности национальной дедовщины* (МК – 2001, 30 авг.); *Я русский бы вычеркнул только за то…* (МК – 1998, 18 марта).

К складывающемуся образу русских наша пресса добавляет и своеобразный образ России. Приведем некоторые заголовки, промелькнувшие в последние годы в столичных газетах: *Разлагающаяся Россия* (МК – 1998, 3 марта); *обреченная нация* (МК – 1999, 24 авг.); *Россия в хвосте у Африки* (АИФ. 2001, № 6); *Уродина-мать зовет* (МК – 2002, 23 янв.); *Российский паспорт как средство унижения* (Новые известия. 2000, 10 июня); *Мир не заметит исчезновения России* (Новые известия. 2000, 6 июля) и т.д.

Однако массовому читателю пресса показывает и другие российские этносы (и не только российские). Что же пишут о них самые популярные на сегодняшний день и самые читаемые издания? Опять приведем только заголовки публикаций, которые, как правило, сразу же привлекают внимание читателей: *Жид или не жид – вот в чем вопрос* (МК – 1999); *Доколе евреи будут нами править?* (МК – 1999, 10 июня); *Будем бить жидов или повременим?* (МК – 1998, 15 окт.); *Жидов побили – Россию не спасли* (МК – 1998, 11 нояб.); *Еще один такой кризис – и мы останемся без евреев* (МК – 1998, 10 окт.).

Представленные здесь заголовки безусловно инициируют общественные дискуссии по проблемам "жидов", ассоциируемых в массовом сознании современной России с еврейским этносом. В некоторых из них, так же, как и в материалах о других этносах, ощущается своеобразный вызов обществу, двусмысленность, сарказм, ирония. И все это выдается за юмор! Подобные высказывания журналистов можно рассматривать как ситуационное явление конца XX – начала XXI в. (хотя нам хорошо известно и о других подобных периодах в отечественной журналистике). Это связано с конкретной ситуацией социально-экономического и политического кризиса в России, с поиском "врагов", ответственных и виноватых за тяжелое состояние страны. Вспомним, как в недавний для нас период СМИ часто тиражировали образы так называемых олигархов, подсчитывали, сколько среди них русских и нерусских, и тем самым еще и еще раз будоражили общественное сознание.

Однако важно подчеркнуть, что здесь приводятся специальные подборки конфликтного использования некоторых этнонимов, хотя, как видим, такое их употребление уже стало привычным для современных СМИ. В то же время это совсем не

* Тексты самих публикаций также подробно исследуются нами.

значит, что все материалы нашей прессы о разных этносах являются конфликтными или интолерантными. Это не так. Более того, даже приведенные выше заголовки часто не отражают содержания самих публикаций. Журналисты таким странным образом стараются привлечь внимание к своей информации, используют юмор, сарказм, игру слов, вспоминают и искажают пословицы и поговорки, цитируют и обыгрывают классику. И, конечно, надеются, что читатель сразу поймет их юмор. А может и не надеются, а только сами забавляются: *как удачно получилось!* Но, к сожалению, далеко не всегда эти броские и яркие заголовки можно воспринимать с улыбкой.

Посмотрим, какой образ-стереотип чеченского этноса создается и распространяется в массовом сознании через прессу. Приведем еще ряд заголовков публикаций, связанных с горькой российской проблемой последнего десятилетия: *Чечня – антикварные грабли России* (МК – 2001, 14 дек.); *Чеченские гномы – грязные и бородатые, они появляются ниоткуда и уходят в никуда* (МК – 2000, 2 сент.); *Чеченцы оккупируют Сибирь* (МК – 2000, 30 нояб.); *Чеченцы шагают по Москве* (МК – 2000, 2 дек.); *Чеченцу не дали сделать из молодой мамы снайпера* (МК – 2000, 4 нояб.); *Чеченка зарезала афганца, не желая остричься наголо* (МК – 2001, 18 сент.).

Мы могли бы привести и множество других примеров, показывающих, как создаются и распространяются через прессу этнические образы разных народов (этносов) – представителей кавказских народов, цыган, китайцев, украинцев, американцев и др. Кроме того, набирается огромная коллекция публикаций из столичных и региональных газет, связанных с так называемыми этническими мигрантами. В столичной прессе их называют по-разному: *московские чужеземцы, братцы- иностранцы, гости с юга, приезжая рабсила.* Образы этнических мигрантов представляются в нашей прессе также очень своеобразно. И главная идея большинства публикаций: *они здесь лишние люди.* Мы написали об этом ряд работ[13], где подробно рассмотрены газетные характеристики приезжих разных национальностей, обосновавшихся в Москве и Московском регионе. Но подобные, немного более мягкие образы содержатся и в прессе большинства других российских регионов. Все они, как правило, связаны с криминалом, болезнями, нищенством. Редко можно встретить публикацию, с сочувствием рассказывающую о проблемах иноэтничных приезжих, о больших трудностях и дискриминации, которые приходится им преодолевать в "богатых" регионах. Подобное интолерантное использование этнических стереотипов в нашей прессе – это огромная ошибка современных СМИ и их идеологов, старающихся не решить проблему, а унизить, обидеть людей, сделать их "врагами" принимающего сообщества и, более того, распространить их действительные и придуманные недостатки и пороки на представителей целых этносов, живущих в других регионах страны.

Еще одна форма распространения этнической информации в массовом сознании – это конструирование определенных *идей или идеологем (и мифологем)*, имеющих этническую окраску. Мною собраны коллекции газетных публикаций, иллюстрирующие наличие разных конфликтогенных идеологем в прессе. Наиболее распространены *идеи этнического и этнонационального запугивания*, в разных формах тиражировавшиеся нашей прессой в последнее время: *Россия может в ближайшем будущем развалиться; у нас могут отнять Россию чужие; нас становится все меньше, а ИХ – все больше; на Россию наступают: мусульмане, кавказцы, китайцы, Запад…; скоро инокультурные мигранты вытеснят русских со своей территории*[14].

Таким образом, даже немногие приведенные в статье материалы показывают, **как** через современную российскую прессу распространяется язык межэтнической вражды, язык межэтнической конфликтности, агрессия в адрес "не наших", "этнически других", **как**, говоря словами психологов, идет массированная демонизация "чужих", **как** кодируется массовое сознание, формируются фиксированные прессой установки[15].

Авторы, освещающие в СМИ проблемы этничности

Авторы многих публикаций с этнической окраской – это прежде всего журналисты. Действительно, от деятельности журналистов, от их профессионализма в большой степени зависит, будет ли в стране межнациональный мир для спокойного и успешного проведения преобразований или будет продолжаться межнациональная напряженность, вспышки межнациональных конфликтов, попытки этнического сепаратизма, случаи этнической дискриминации. И это сложная проблема, о которой необходимо говорить специально.

Наши исследования показывают, что кроме журналистов авторами многих публикаций (до 20% в центральных изданиях) являются и другие интеллектуалы. Например, в федеральной и московской прессе это нередко политики и представители творческой интеллигенции, а в российских республиках и других регионах – это в основном представители местной администрации, которым СМИ предоставляют свою трибуну. Поэтому необходимо также специально говорить не только о просвещении журналистов и общественном контроле за их деятельностью, но и о роли других идеологов – авторов материалов в СМИ, освещающих проблемы этничности. Необходим общественный и профессиональный экспертный контроль со стороны разных структур гражданского общества, не допускающий появления этноконфликтных публикаций в СМИ.

Авторам публикаций, вольно или невольно формирующим представления людей в области межэтнических отношений, всегда необходимо осознавать свою созидательную или разрушительную роль и гражданскую ответственность перед обществом. В СМИ следует показывать многообразный, поликультурный мир, общество, где у каждой национальной культуры есть собственная ниша, существует множество возможностей для межэтнического взаимодействия и партнерства, для создания гармоничного полиэтничного общества без межэтнических противоречий и напряженности.

Журналистам и идеологам стоит задуматься: всегда ли нужно подчеркивать этническую принадлежность героев публикаций в прессе, и не приведет ли это к нежелательным общественным последствиям? Нам представляется, что СМИ должны делать акцент не на этнических различиях, а на человеческих и гражданских ценностях. Показывая этническое разнообразие мира, важно учить людей толерантно, нормально воспринимать другие культуры, обсуждать в прессе общие для всех людей качества, а не приписывать их одному этносу.

Рассказывая читателям, слушателям и зрителям о расовом, этническом и конфессиональном многообразии общества, толерантные журналист или идеолог должны с осторожностью использовать этнические стереотипы, идеи, мифы, лексемы, особенно негативные.

Как видим, все этнические проблемы, освещаемые современной прессой, так же, как и многие не упомянутые в данной статье, свидетельствуют о взрывоопасности подобной информации для полиэтничного населения, где бы оно не находилось – в Москве, Оренбурге, Новосибирске, Казани или Грозном. Каждая из тем, полностью или частично описанных в наших работах, требует пристального внимания со стороны обществоведов, поскольку содержит в себе огромный потенциал этнической толерантности и конфликтности. От СМИ и их спонсоров зависит, какие идеи, стереотипы и нормы они хотят распространить в обществе: тревожность и отчужденность, неуверенность, страх, противостояние этнических групп или наоборот – мирный спокойный настрой земляков, своих сограждан, с которыми они живут и будут жить дальше в нормальном и стабильном обществе. Выступающие в СМИ авторы, осознанно способствующие становлению гуманного демократического общества в стране, описывая этнические сюжеты, всегда должны помнить о созидательном или разрушительном потенциале своих публикаций, независимо от политических подсказок и подталкиваний.

Деятельность СМИ и работа журналистов – это не просто забава, а целенаправленное влияние на массовое сознание жителей огромной страны, на этносоциальные и этнокультурные представления и установки миллионов людей!

Нам представляется, что одна часть журналистов пишет так не совсем осознанно, поэтому их надо настойчиво и последовательно обучать правилам журналистской этики, профессионализма и гражданской ответственности. Другая часть журналистов (и иных авторов) вполне понимает возможные идеологические последствия своих эпатажных материалов, но, считая, что их деятельность – бизнес, цинично машет на это рукой, получая дивиденды за свою дешевую, но приятную популярность. За выступлениями этих авторов необходим серьезный гражданский и корпоративный контроль. Третья же часть журналистов (и других авторов) вполне осознанно и намеренно выполняет чьи-то политические заказы, порой оставаясь в тени, скрываясь за псевдонимами. Здесь также требуется серьезный общественный и государственный контроль за деятельностью подобных идеологов.

Как видим, проблем, связанных с толерантным или конфликтным освещением этничности в СМИ, очень много. И наша задача – привлечь к ним внимание общества, в том числе политиков, журналистов, показать общественную актуальность и значимость для построения гуманного демократического общества, обеспокоить российскую общественность опасностью распространения идей национал-экстремизма, фашизма и ксенофобии.

Примечания

[1] Подробнее об этом см.: *Малькова В.К., Тишков В.А.* Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М., 2002. С. 29–32.

[2] См., напр.: *Малькова В.К.* Образы этносов в республиканской прессе. Опыт этносоциологического исследования. М., 1991; Диагностика толерантности в средствах массовой информации / Под ред. *В.К. Мальковой*. М., 2002; *Малькова В.К., Тишков В.А.* Указ. соч.; Остановитесь! Оглянитесь! К вопросу об этнической толерантности и конфликтности в российской прессе / Авт.-сост. и ред. *В.К. Малькова*. М., 2002; Досье или рабочие материалы проекта "Разработка методов диагностики толерантности в средствах массовой информации" / Под ред. *В.К. Мальковой*. М., 2002; *Тишков В.А.* Общество в вооруженном конфликте (этнография чеченской войны). М., 2001; *Он же*. Этнология и политика. Научная публицистика. М., 2001 и многие другие работы.

[3] В наших исследованиях эта проблема также затрагивается. См. напр.: *Малькова В.К.* Методы диагностики этнической толерантности в СМИ (на примере российской прессы) // Диагностика толерантности в СМИ / Под ред. В.К. Мальковой. М., 2002 и др.

[4] См.: *Малькова В.К.* Русские в Эстонии и Литве: проблемы гражданственности и этничности в материалах прессы // *Малькова В.К., Тишков В.А.* Указ. соч.; *Малькова В.К.* Русское население в российских республиках (по материалам прессы) / Там же.

[5] Основные рамочные документы по проблемам освещения этничности в СМИ: Кодекс профессиональной этики российского журналиста; Декларация Московской Хартии журналистов; Положения о программе "Чистые перья"; Декларация об основных принципах, касающихся вклада СМИ в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма, апартеида и подстрекательства к войне и др. См. подробнее: Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы / Сост. *Ю.В. Казаков*. М., 2002.

[6] На эту тему существует пока очень мало работ, и тем больший интерес представляет статья: *Макеева Л.* Правовой анализ нормативной базы по разжиганию национальной, социальной, религиозной нетерпимости или розни // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. М., 2002.

[7] К сожалению, наши статистические органы не ведут пока систематизированного учета подобных "этнических" изданий в России. Мы можем опираться лишь на собственные наблюдения по отдельным регионам и на собственную подборку примеров таких изданий, собранных нами на семинарах-встречах с региональными журналистами.

[8] В наших работах этой теме также уделялось внимание. См., напр.: *Малькова В.К.* Методы диагностики этнической толерантности…

[9] Подробнее см.: *Малькова В.К.* Неужели мы такие? Стереотипы русских, россиян и России в современной российской прессе // *Малькова В.К., Тишков В.А.* Указ. соч.

[10] Это исследование было проведено нами в 2002 г.

[11] Мы посвятили рассмотрению этих вопросов целое исследование. Подробнее см.: *Малькова В.К.* Методы диагностики этнической толерантности…

[12] Подробнее об этом см.: *Малькова В.К.* Образы этносов в республиканских газетах …; *Она же.* Неужели мы такие?

[13] См., напр.: *Малькова В.К.* Москва многонациональная: конфликт или согласие? Анализ московской прессы. М., 1998. (Сер. "Исследования по прикладной и неотложной этнологии". № 115); *Она же.* Толерантность или конфликтность? К вопросу об освещении этничности в московской прессе // Конфликт – Диалог – Сотрудничество. 2000–2001. № 6. и др.

[14] Об этих и других этнических идеологемах, распространяемых современными российскими СМИ, подробнее см.: *Малькова В.К.* Остановитесь! Оглянитесь! …; *Она же.* Методы диагностики этнической толерантности… и др.

[15] Об этом, в частности, говорил А.Г. Асмолов на конференции "Язык вражды в российских СМИ" (Москва) 2 ноября 2002 г.

V.K. M a l k o v a. Ethnicity and Tolerance in Cotemporary Russian Mass Media

What role mass media plays in creating tolerant and conflictual attitudes and orientations in interethnic relations is the question posed in the paper. Large illustrative data are drawn for analysis of the problem of mass media influence on public opinion and relations; the inferences drawn from this analysis could be a valuable resource for the scholars of ethnopolitics, anthropologists, ethnopsychologists and other social scientists, as well as for journalists and mass media management personnel in general.