

Толерантность и мультикультурализм – ценностные ориентиры СМИ

И. М. Дзялошинский



Дзялошинский Иосиф Михайлович
кандидат филологических наук,
профессор, заведующий лабораторией
исследований в области бизнес-
коммуникаций Высшей школы
экономики, председатель Совета
директоров Независимого Института
коммуникативистики, член
Редакционного совета Российской
коммуникативной ассоциации.

В современном российском обществе, где еще не сложилась устойчивая система демократических ценностей, идея толерантности не стала общепринятой. В условиях экономической, политической и социальной нестабильности возникает больше оснований для конфликтов, они приобретают более острую форму, особенно при чрезвычайных ситуациях. Для современной России как трансформирующегося общества характерен значительный конфликтный потенциал, величина которого зависит от конкретно-исторических, социально-экономических, этно-конфессиональных, политико-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, 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.

Средства медиа, определяющие общественную «повестку дня» и выступа-

ющие лидером мнений, потенциально способны формировать и массово распространять толерантные настроения.

В связи с этим возникает необходимость изучения информационного пространства, конструируемого массмедиа, с целью определения соотношения в нем толерантности/интолерантности. Особенно активно эта проблема исследовалась в конце 1990-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 по поводу этих категорий.

Мультикультурализм истолковывает противоречия интересов (социальных, экономических, политических, региональных) как противоречия этнического, конфессионального происхождения. Способствуя этнизации социальных конфликтов, мультикультуралистская идеология делает их неразрешимыми.

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 зарплат, пенсий и пр. В частности, подавляющее большин-

ство опрошенных представителей населения в качестве главной причины роста социальной напряженности указывали снижение уровня жизни.

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.

ство опрошенных представителей населения в качестве главной причины роста социальной напряженности указывали 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 кре-

Информационные факторы

пости» — «все против нас». Активная эксплуатация националистических, расистских и дискриминационных тем в массовой культуре и СМИ. Важнейшим условием формирования установок толерантности является взаимное доверие субъектов взаимодействия: индивидов, групп, социальных институтов, государств. В свою очередь, доверие базируется на достаточной взаимной информированности субъектов и на презумпции информационной открытости, позволяющей в любой момент получить необходимую информацию о замыслах и делах друг друга. Все сказанное выше позволяет выстроить следующую понятийную цепочку: информационная открытость — доверие — толерантность — социальное партнерство — объединение усилий — эффективное решение проблем — устойчивое развитие. Таким образом, открытый и беспрепятственный доступ к общественно значимой информации яв-

ляется 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 на повестку дня вопрос о развитии публичной политики, открытого общества, о формировании фундаментальных ценнос-

тей европейской политической и коммуникативной культуры.

Медийные факторы

Проведенные в последние годы исследования, касающиеся проблемы отражения насилия в средствах массовой информации, выявили, что существует связь между уровнем насилия в СМИ и уровнем насилия в обществе. Средства массовой информации России живописуют жестокость, с которой участники насильственных действий расправляются друг с другом. 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 даже восхищаться насилием и насильниками.

Современные СМИ активно используют различные методы воздействия, формируя отношение аудитории к событиям или явлениям при помощи мифов, стереотипов, слухов. Это ведет к формированию определенным образом ориентированного контента, который создает 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 ее интерпретацию, которую предлагают СМИ.

На сегодняшний день сложилось 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 СМИ. В сознании правящей российской элиты (и некоторых теоретиков и практиков журналистики) в полной мере сохранились присущие тоталитарному прошлому представления о СМИ как о приводных ремнях, соединяющих власть и управляемый народ.

Этот подход реализуется в двух взаимосвязанных версиях. Сторонники одной из них искренне убеждены в том, что СМИ являются институтом

управления обществом. Сторонники такой версии упрекают СМИ в том, что они плохо выполняют эту свою управленческую роль, отвлекаясь на несущественные моменты. Сторонники другой версии управленческого подхода недовольны СМИ, потому что они, выполняя злую волю неких внутренних или внешних врагов России, сознательно разрушают национальную культуру и специфическую русскую духовность, а несчастный народ (население, общество) выступает в качестве объекта зомбирования, обывания.

Второй подход — СМИ представляют собой зеркало (иногда, правда, не очень качественное, мутное), 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 (это проблема профессионализма журналистов, то есть, в конечном счете, тоже денег).

Третий подход (является господствующим в коридорах редакций) — 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, проходит. Кончилось время единых стандартов вкуса и ума. Другая эпоха — другие песни: разные песни. И все имеют право на собственную точку зрения, право ее отстаивать, право участвовать 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. Диалог, стимулирующий размышления и поступки, направленные на формирование атмосферы толерантности в российском обществе.

В гражданском обществе держателями ценностей, принципов, норм и образцов поведения, в том числе, толерантного, выступают не СМИ, а различные сообщества.

Для того чтобы СМИ стали влиятельным ресурсом формирования установок толерантности, должно быть пересмотрено их место в системе общественных институтов. На сегодняшний день 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, надо 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 соучастия 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 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 различные сообщества. Поэтому при наполнении каналов коммуникации адекватной, качественной информацией по проблеме толерантности особое внимание сегодня (при неуклонном росте числа интернет-пользователей) необходимо уделять социальным сетям, вокруг которых складываются такие сообщества.

Еще одним фактором, влияющим на эффективность СМИ как ресурса формирования толерантных устано-

вок, 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 от привязки к разным политическим субъектам. Именно множественность и разнонаправленность действующих сил, полиэкранность, мозаичность и внутренняя противоречивость общей картины определяют ее объективность в целом.

Стремясь к независимости, журналистское сообщество должно отчетливо понять меру своей ответственности за состояние общества. Пора перестать рассматривать аудиторию как объект манипуляций или совокупность потребителей информационного продукта и увидеть в читателях, зрителях, слушателях суверенных личностей, обращающихся к медиа-тексту с целью найти в нем образцы человеческих качеств, усвоение которых позволит им расширить собственные возможности. СМИ должны стать источником способов и методов решения стоящих перед их аудиторией проблем, включающих показ путей личностного самосовершенствования и освоения технологий толерантности.

Для того чтобы эффективно участвовать в формировании установок толерантности, сами СМИ должны овладеть принципиально новым инструментарием профессиональной деятельности, обеспечивающим организацию массового диалога между всеми участниками социальных процессов. «Диалог – ключ к толерантности» – так может быть, на наш взгляд, сформулировано основное направление при решении данной проблемы.

Идея диалога предполагает неизбежность сосуществования (предпочтительно мирного) представителей разных позиций внутри любой группы, независимо от того, идет речь о человечестве в целом или о жителях студенческого общежития. Встречаясь с «другим», мы неизбежно оказываемся перед дилеммой: считать свою позицию и свои взгляды верными, а позицию и взгляды «другого» ошибочными либо считать и те, и другие имеющими одинаковое право на существование – рядоположенными, верными частично. Выбор первого пути ведет к монологичной организации, борьбе с инакомыслящими; выбор второго – к диалогу, партнерству или соперничеству, но ограниченному определенными рамками, в предельном случае – рамками права.

Зарубежная 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 в свою противоположность – монолог и диктат меньшинства. 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. [2]. Во избежание этих далеко идущих неприятностей у толерантности должен быть своеобразный ограничитель, который задается правовыми рамками.

В работе «Русская идея...» идет речь 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 предрезающих). В рамках права не может быть врагов, а могут быть только оппонен-

ты, 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 единственно верными и добрыми. Отказывая себе в праве на такие безосновательные претензии, мы получаем возможность мирного сосуществования и важнейший ресурс развития во взаимодействии разных подходов, интересов и взглядов, разных культур» [1].

Подобный подход предъявляет довольно высокие требования и к журналистам – работникам СМИ, и к системе взаимоотношений между СМИ, властью, обществом. Журналистам, по их собственному мнению, необходимо предпринять следующие меры:

1. соблюдать профессиональный этический кодекс;
2. внедрять идеи и дух толерантности в свою деятельность посредством специальных семинаров, конференций, обсуждений, тренингов и др.;
3. укреплять законодательную базу, регулирующую действия журналистов;
4. создавать разнообразные структуры, 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;
- доброжелательная демонстрация разнообразия ценностей и идей, которых придерживаются разные люди;
- демонстрация антиобщественной природы экстремизма во всех его проявлениях;
- помощь во взаимодействии различных социальных групп, организация общественного диалога и социального партнерства;
- стимулирование выработки норм толерантного поведения.

Помимо усилий журналистов в деле решения проблемы формирования толерантного общества, очень большое значение имеет позиция экспертного, академического сообществ, от которых зависит. От них зависит ряд таких важных моментов, как:

- 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.

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

Список литературы:

1. Русская идея: демократическое развитие России. Российский научный фонд. – М., 1996.
2. Серль Д. Политика и гуманитарное образование // Отечественные записки. – 2002. – №1.