

Бессонова Людмила Ефимовна
ПРОБЛЕМА ТОЛЕРАНТНОСТИ СМИ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ
ДИСКУРСЕ

When the press is free, it can be a good or a bad press,
but when the press is controlled, it can only be a bad
press.

Albert Camus

Когда пресса свободна, она может быть хорошей
или плохой, но когда пресса контролируется, она
может быть только плохой.

Альберт Камю

Одним из необходимых условий формирования демократического общества должно быть создание СМИ с высокой степенью толерантности, при этом толерантность СМИ должна соответствовать общему уровню толерантности общества. Другими словами, степень толерантности, характерная для общества, должна измеряться степенью толерантности СМИ.

Рассматривая данный вопрос в соответствии с процессами трансформации и демократизации современного общества, отметим четыре уровня толерантности СМИ: политический, экономический, социальный и технологический. Все эти аспекты были рассмотрены в Восточной Европе на различных форумах и конференциях уже в начале 90-х годов, где были сформулированы кодексы, декларации, стандарты, процедуры, утвержденные позднее и правительствами.

Не вызывает сомнения тот факт, что высокая степень гипотетической толерантности СМИ предполагает разумную степень социальной безопасности, при этом сами СМИ должны иметь высокую ответственность за образование своего общества и других демократических сообществ, базирующихся на принципах политической, социальной, этнической толерантности, на основных демократических ценностях. Согласно Декларации принципов толерантности, утвержденной Генеральной конференцией ЮНЕСКО 16 ноября 1995 г., 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» (статья 1).

Обучение толерантным началам носит многоплановый характер, и в условиях полиэтничности, многоязычия общества не может не приобретать характер поликультурного образования. Распространение толерантности во всех сферах общественных отношений становится обязательным условием существования демократического общества.

Итак, рассмотрим политический аспект толерантности СМИ.

Демократия – система, при которой граждане сами определяют собственную политику, а это предполагает, что граждане должны иметь лучшие источники информации. Кажется, лучшим законом о прессе было бы отсутствие самого закона, кроме простого утверждения о том, что правительство не имеет полномочий ограничивать свободу прессы. Традиция «кодексов», существующих в Европе, может не признавать существования прав, если они не отражены в законодательстве. Как показывает международный опыт, большинство «защитных положений» повышает возможность злоупотреблений и вмешательства: одно правительство может пересмотреть или отказаться от того, что приняло предшествующее.

Целью политики каждого демократического государства должна быть разработка законов о прессе, обеспечивающих максимальную гарантию свободы выражения (отметим, что абсолютной свободы прессы не существует). Но во многих случаях, что следует из практики, законы ограничивают деятельность прессы, если она используется «в преступных целях», призывает к «насильственной перемене конституционного порядка», «введению национальной, расовой, социальной, религиозной нетерпимости, враждебности» или «подстрекательства к войне», а также иногда для подавления непопулярных взглядов. Другие законы пытаются использовать СМИ для «усиления власти правительства» или «укрепления основ правового государства», обязывая публиковать или передавать решения суда, правительственные заявления и т.д.

Правительство может и злоупотреблять некоторыми правами, которые могут приносить пользу гражданам, например, правом на личную жизнь. Защита права на частную жизнь – вопрос личный и эмоциональный. Но поспешно разработанные кодексы, отвечающие единичным ситуациям, могут ограничить освещение вопросов, которые интересуют и общество. В более широком масштабе забота о личной жизни будет влиять на развитие свободы законов об информации. Законы такого содержания необходимы любой демократической системе, поскольку они позволяют личности – не только журналистам – получить доступ к сведениям о том, чем занимается правительство. Но в большинстве стран такие сведения могут также содержать информацию, которая считается личной. Сбор информации для новостей в медиакommunikации соотносится с положениями Европейской директивы о защите фактов (The European Data Protection Directive), которые ограничивают использование личных фактов в прессе (6, с.45).

Двусмысленными являются и другие стратегии между правительством и прессой, а именно: обяза-

тельная мандатная аккредитация журналистов в целях избежания потенциальной дискриминации, используемой против журналистов, находящихся в оппозиции, регистрация предприятий СМИ, введение высокой регистрационной оплаты и взносов, навязывание структуры и деятельности СМИ – все они могут быть использованы для ограничения или запрещения журналистской деятельности. Наконец, все еще остаются проблематичными ограничения на свободное передвижение журналистов и свободную передачу информации через границы государств.

Таким образом, в рамках рассматриваемого политического аспекта особого внимания заслуживает вопрос о характере взаимоотношений системы средств массовой информации с политической системой как частью общей социальной системы.

В политическом дискурсе влияние СМИ на аудиторию можно рассматривать как основу для модели двухступенчатой коммуникации, или двухступенчатого потока информации: от СМИ идеи распространяются к лидерам мнения, или социальным доминантам, а через них – к аудитории в целом, менее активной части населения. Данную модель “двухшагового” влияния предложили американские социологи Е.Кац и П. Лазарфельд в конце 40-х годов, в ней была обозначена важность учета социальных отношений при определении степени воздействия СМИ. Однако эта теория принимала во внимание только кратковременное эффективное воздействие СМИ и игнорировала возможность результата от длительного, перманентного воздействия на аудиторию.

При описании политической коммуникации в современном обществе нетрудно отметить такое основное качество, как отсутствие коммуникативных стратегий и механизмов между политическим «классом» и обществом. Общественный интерес сегодня сконцентрирован на простой, общей, краткой информации, при этом объем политической информации в обществе постоянно заметно сокращается (1).

Этот процесс в системе социальных отношений, на наш взгляд, осложняется и экономическими проблемами функционирования СМИ.

Как известно, политическое развитие является одной из основ демократического общества, и разнообразие СМИ – необходимое условие, которое может гарантировать такое политическое развитие.

Однако рыночные силы, которые сегодня ведут к концентрации источников СМИ путем объединения и монополизации, по теории динамичного рынка, представляют серьезную угрозу такому разнообразию. Это связано с тем, что медиа-бизнес – это бизнес с огромными потерями и большим риском, и поэтому медиа-менеджеры стремятся уйти от риска через концентрацию бизнеса на национальном и международном уровнях. В результате этого газеты входят под жесткий контроль небольшого количества крупных предприятий, имеющих высокий порог доступа, что мешает новым предприятиям вступить в эту рыночную конкуренцию. В материалах последних сессий Европейского Союза такое явление в сфере СМИ отмечается как «олигополистическая тенденция медиа-рынка».

Социальный аспект толерантности СМИ, несмотря на кажущуюся однозначность определения, не имеет своего четкого описания.

Рассматривая когнитивные стратегии медиа-пространства, необходимо отметить три сферы, в которых присутствует элемент «нетерпимость». Прежде всего политическая, цель которой - вызывать отрицательные чувства и эмоции в широкой аудитории. Вторая – коммерческая, ориентирующая потребителя на постоянный поиск информации, который приводит в итоге к выгодной покупке или сделке. Третья – социальная: общество (не только политическая элита) находится под влиянием нетерпимости/нетолерантности, отражение которой оно хочет видеть в СМИ.

Именно такой диалог СМИ – Общество заслуживает особого внимания, т.к. в коммуникативной практике уже более двух десятилетий существует понятие «политическая корректность», «коммуникативная корректность», или стратегия вежливости, в соответствии с требованиями которой недопустимы проявления «языка вражды» (hate speech). Более того, изучение теоретических и практических проблем виртуальной коммуникации, исследование коммуникативных стратегий, семантики языковых структур, оценки мнений, установок и целей участников диалога СМИ – Общество становится одним из направлений в лингвистике, коммуникативистике, социальной философии, политологии. Язык СМИ при этом рассматривается не только как средство коммуникации, но и в качестве составной части политической жизни общества: “Язык действует в некотором роде как связующее звено политического общества, как инструмент поддержания необходимого информационного уровня общества” (2, с.378).

Так, политкорректность может рассматриваться как реализация одной из коммуникативных моделей политического дискурса, связанных не столько с содержанием, сколько с символическими образами и корректировкой языкового кода. По мнению С.Г.Тер-Минасовой, “политическая корректность языка выражается в стремлении найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинство индивидуума, ущемляет его человеческие права привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой... принадлежности”(5, с.216). При этом лингвист считает определение политической корректности неудачным, предлагая заменить его термином “языковой такт”.

Несмотря на то, что политически корректная лексика преобладает над некорректной, процент использования последней достаточно высок (60% к 40%). Такие слова, как показывают результаты проведенного анализа, выполняют функцию субъективной оценки с явно выраженной или скрытой иронией, пренебрежением(3).

Проект разнообразия сообщений (The Reporting Diversity Project), проведенный Комиссией по правам человека Европейского Союза в 2001 году, показал, что нетерпимость и ненависть – результат давления

органов власти и он обостряется из-за недостатка профессионализма в информационных сообщениях. СМИ; особенно телевизионные сети, являющиеся собственностью правительства, играют отрицательную роль в раздувании национализма и этнической вражды. Спорный вопрос, отражают ли СМИ просто этнические убеждения и отношения всего общества или они целенаправленно следуют за политической элитой? Долгое время в основе межэтнической коммуникации было проявление авторитарности, глубокой дихотомии отношений между “мы” и “они”, “свои” и “чужие”, отсутствие толерантности, наличие ксенофобии и враждебности по отношению к другим, недоброжелательность(4, с.184). Современный подход к исследованию проблем межэтнической и межкультурной коммуникации основан на положении о том, что только с позиций изучения национальных особенностей можно рассматривать мир как целостную систему различных культур и идеологий. Более того, современная коммуникация предполагает диалог и конструктивную критику как элемент успешного функционирования сообщества, а также как фактор усовершенствования и осмысления собственных идей “критически мыслящей личности”.

В государствах бывшей Югославии представители либеральных и независимых СМИ не имеют формальной сетевой системы или учреждений, которые связывают их с коллегами в соседних странах, чтобы проследить сообщения об этническом положении по всему региону. Как говорит Драголюб Жаркович, главный редактор независимого белградского еженедельника “Vreme” (Время), журналисты, работающие в официальных и полуофициальных изданиях Сербии и Хорватии, охотно становятся активными сторонниками политической дезинтеграции бывшей Югославии.

Собственность на СМИ в восточной Европе и бывшем Советском Союзе - это один из основных и серьезных факторов, влияющих на то, что люди увидят в газетах и на телеэкранах. При этом правительства стран Восточной Европы не хотят упускать возможность монополии прежде всего на телевидение. Совершенно очевидно, что успешная демократия в любом регионе требует динамичного и высокоэффективного развития независимых электронных СМИ, однако этому процессу мешают, к сожалению, увеличение цен и разрушающийся рынок: телевидение является наиболее доступным средством получения информации.

Интернет не может заменить традиционную журналистику, но должен дополнить её и укрепить свободу выражения и демократические процессы. Интернет – это широкий доступ ко всем видам информации, законам, записям парламентских дебатов, базам данных, декларациям ООН, семинарам ЮНЕСКО. Не должно быть предварительной цензуры Интернет-коммуникации, так же как не должно ограничиваться свободное выражение в этих новых информационных средствах.

У СМИ в Восточной Европе и бывшем Советском Союзе может уйти целое поколение на развитие методов и приемов объективного освещения межэтнических отношений и формирование принципов эффективного наблюдения за правительством. В США и странах Западной Европы освещение расовых вопросов долгое время было крайне субъективным, часто провокационным, и радикальные изменения заняли там несколько десятилетий, начиная с движения за гражданские права в 60-х годах. Величайшая перемена в освещении расовых отношений произошла, как ни странно, не у северных, а у южных издателей, которые поняли, что общество переживает бурную трансформацию и что журналистика играет жизненно важную, позитивную роль в разрешении, а не в обострении этнической напряженности. Так называемые “самокорректирующие” механизмы средств массовой информации, которые существуют в мировом журналистском опыте, не приняты в теории и не используются на практике в постсоветском информационном пространстве.

Специально созданная международная медиа-группа “СМИ против расизма и ксенофобии” (IMRAX), цель которой – развитие международной стратегии, основанной на улучшении качества ведения медиа-репортажей, толерантности изданий и повышении профессионального уровня работников СМИ., уже определила и провела ряд мероприятий:

- создана сеть международных журналистских организаций, выступающих против расизма в СМИ;
- выпущены пособия для европейских журналистов;
- учреждена медиа-мониторинговая единица;
- определена программа образования и обучения;
- организована серия международных конференций по повышению профессионализма в данной области;
- разработаны стратегические концепции сотрудничества издателей, дикторов и журналистов.

Нетрудно предположить, что на государственном и общественном уровнях деятельность ООН/ЮНЕСКО может растянуться надолго, поэтому сами СМИ должны нести большую ответственность за просвещение собственного общества.

Литература:

1. См. теорию информационной ценности – Theory of Information Value by Johan Galtung, Mari Holmoe Ruge.
2. Гаджиев К.С. Политическая философия. М., 1999.
3. Панин В.В. Политическая корректность в текстах mass media. – <http://www.utmn.ru/frgf/No14/text05.htm> (ссылка проверена 01.02.2003).

4. Тарева Е.Г. Толерантность межэтнического общения: роль категории для системы лингвистического образования// Методы современной коммуникации: проблемы теории и социальной практики. М: МГЛУ, 2002.
5. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.
6. Флори Ф. Модельный закон СНГ.М.:Akademia, 2002.