

ОТРАЖЕНИЕ ЭТНИЧНОСТИ И РЕЛИГИИ В СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ С ЦЕЛЬЮ ПОИСКА ОБЩЕГО ПОДХОДА К ИЗУЧЕНИЮ

Рожнова О.Ю.¹

¹ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Алтайская государственная академия образования имени В.М. Шукшина», Бийск, Россия (659333, Бийск, ул. Короленко, 53), e-mail: orognova@mail.ru

В данной статье проведен сравнительный анализ особенностей отражения этничности и религии в современных средствах массовой информации. Сравнение медиатизации этничности и религии осуществлялось по трем параметрам: авторство информации, формы отражения этнической и религиозной информации в современном медиаполе и влияние на общественное сознание. Выбор параметров предопределен целью и задачами, поставленными в исследовании. Цель работы состоит в том, чтобы сравнить процессы взаимодействия со средствами массовой информации этничности и религии. Задачи заключаются в определении основных форм и механизмов отражения этничности и религии в современных средствах массовой информации, характера и результата взаимодействия. Для их решения автор прибегает к рассмотрению трудов отечественных исследователей, занимающихся вопросами взаимодействия этничности и религии со средствами массовой информации. В ходе работы было выявлено, что предметно-объектное поле «религия и СМИ» заявило о себе недавно и пока в отличие от противоположного объекта сравнения в сфере научных интересов не пользуется популярностью. Проведенный сравнительный анализ показал, что союзы «этничность и СМИ» и «религия и СМИ» имеют сходный характер функционирования, в связи с чем следует заняться созданием общего подхода к изучению вышеуказанных категорий.

Ключевые слова: этничность, религия, средства массовой информации, медиатизация, этническая и религиозная информация.

THE REFLECTION OF ETHNICITY AND RELIGION IN MODERN MASS MEDIA: A COMPARATIVE ANALYSIS IN ORDER TO FIND A GENERAL APPROACH TO STUDYING

Rozhnova O.U.¹

¹ Altai State Academy of Education named after V.M. Shukshina, Biysk, Russia (659333, Biysk, street Korolenko, 53), e-mail: orognova@mail.ru

In this article a comparative analysis of the peculiarities of the reflection of ethnicity and religion in modern mass media is given. The comparison of the mediatization of ethnicity and religion was based on 3 parameters: paternity information, the forms of the reflection of ethnic and religious information in modern media field and the influence on public conscience. The choice of the parameters was predetermined by the aim and the objectives of the research. The aim of the paper is to compare the processes of interaction of ethnicity and religion in mass media. The objectives are to determine the main forms and methods of the reflection of ethnicity and religion in modern mass media, the character and the result of interaction. For their solution, the author resorts to the consideration of the works of the researchers involved in the interaction of ethnicity and religion with the mass media. During the research it was revealed that the subject-object field “religion and mass media” was not so popular among scientific interests. The comparative analysis showed that the combinations “ethnicity and mass media” and “religion and mass media” had similar functional character that is why it is necessary to find a general approach to studying these categories.

Key words: ethnicity, religion, mass media, mediatization, ethnic and religious information.

В последние три десятилетия в общественном сознании произошли кардинальные изменения. В первую очередь это касается религиозной сферы, появляющейся практики внедрения религии в образование и искусство и формирования новой системы взаимоотношений религии с органами государственной власти и средствами массовой информации. В связи с активной деятельностью последних не теряет своей актуальности и

феномен этничности. Средства массовой информации оказывают влияние на межэтническое и межконфессиональное взаимодействие, интенсивность и формы взаимовлияния. В свою очередь характер влияния средств массовой информации может иметь толерантную и/или конфликтную направленность содержания.

Вопросы, связанные с этнической и религиозной организацией, этикой, информационной поддержкой государственной политики в сфере межэтнических и межконфессиональных отношений в каждом регионе нашей огромной полиэтничной и поликонфессиональной страны решаются по-своему. Однако существует общая установка на толерантное отношение к представителям как различных этнических общностей и религиозных конфессий. Безусловно, что одной из важных задач полиэтничного и поликонфессионального общества является толерантная направленность при отражении этничности и религии в средствах массовой информации. Современные средства массовой информации выполняют функцию оказания массового воздействия на формирование толерантного или конфликтного отношения к этническим и конфессиональным различиям и как результат – регулирование межэтнических и межконфессиональных отношений. Средства массовой информации осознают ту ответственность, которую они несут в вопросах межэтнического и межконфессионального согласия, профилактике проявлений экстремизма и радикализма. Активное участие средств массовой информации в освещении проблем этничности и религиозных вопросов и наличие широкого спектра возможностей отследить и выявить характер и направленность этого освещения дают основание для актуальности данной темы исследования.

Главная цель данного исследования – сравнить медиатизацию этничности и религии для возможного создания общего подхода к изучению этничности и религии в освещении современных средств массовой информации. Из поставленной цели вытекают задачи определения основных форм и механизмов взаимодействия средств массовой информации с этничностью и религией, характера этого взаимодействия и результата. Исходя из заявленных цели и задач, сравнительный анализ взаимодействия этничности и религии со средствами массовой информации предполагается осуществлять по следующим параметрам: авторство информации, формы ее отражения, влияние на общественное сознание.

Для решения цели и задач данного исследования автор прибегает к анализу трудов отечественных исследователей, рассматривающих вопросы взаимодействия этничности и религии со средствами массовой информации. Возможность доступа к научной литературе о взаимоотношениях этничности и религии со средствами массовой информации позволила авторам познакомиться с разнообразием подходов в этом предметном поле области и сделать попытку оценки его современного состояния. В связи с возрастающим интересом к

этническому и религиозному аспектам в общественной жизни возникает необходимость более детального исследования специфических характеристик медиатизации этничности и религии.

Прежде чем перейти к подробному рассмотрению союза средств массовой информации с этничностью и религией, определимся с понятийно-категориальным аппаратом.

Этнические средства массовой информации, по словам В.К. Мальковой, одного из ведущих специалистов в области этнологии средств массовой информации, связаны с представлением этнического ландшафта, образов, индивидуальных и общественных представлений, форм и проявлений этничности, которые были, есть и сохраняются в ближайшем будущем в общественной памяти и которые в определенном ракурсе подаются коммуникаторами в массовое сознание [3].

Особенность религиозных средств массовой информации связана с описанием и изучением жизни и деятельности религиозных конфессий, организаций и объединений, а также форм и степени их влияния на общественные, политические и культурные процессы. В их среде следует выделить несколько направлений: богословское, религиозно-историческое, религиоведческое, религиозно-политическое, религиозно-правовое [6].

Этнические и религиозные средства массовой информации объединяет в первую очередь то, что они работают в предельно мифологизированном социальном и политическом информационном пространстве, где лишнее или неточно сказанное слово лишает ситуацию объективности анализа и может привести к возникновению и развитию конфликта на этнической и религиозной почве. В связи с этим повышенная степень ответственности за представленный в средствах массовой информации материал, освещающий этничность и религию, возложена на авторов.

Как правило, авторами, освещающими этничность и религию в средствах массовой информации, являются журналисты, которые практикуются в данной тематической области. Однако с целью проведения сравнительного анализа следует отдельно рассмотреть освещение этничности и религии в средствах массовой информации с позиции авторства.

В своей работе «Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности» В.К. Малькова ставит вопрос: «Кто же такие авторы, освещающие в СМИ проблемы этничности?» [2]. Исследования Веры Константиновны в решении данного вопроса сводятся к составлению базы данных на журналистов, которые в разных регионах пишут об этнических проблемах. Однако она подчеркивает, что кроме журналистов, авторами многих публикаций являются ученые, политики, общественные деятели, чаще всего - представители гуманитарной интеллигенции. Собственный опыт исследований авторов настоящей статьи позволяет дополнить приведенный В.К. Мальковой перечень.

Часто главными авторами этнических материалов являются руководители и/или представители национально-культурных объединений, которые выступают непосредственными участниками описываемых ими событий.

Аналогичная ситуация складывается и в религиозных средствах массовой информации. Авторство принадлежит журналистам со специальным образованием, работающим по темам религиозного характера, а также церковным деятелям, священнослужителям и другим носителям религиозного опыта. Однако в последнем случае часто наблюдается трудный стиль подачи материала.

Таким образом, авторство материалов этнического и религиозного толка принадлежит в большинстве своем журналистам, имеющим специальное образование. От их профессионализма в обозначении ключевой темы материала, смыслового содержания, а самое главное формы и механизмов подачи, зависит формирование массовых представлений об этнических и религиозных вопросах и отношении к ним. Общей проблемой в освещении этничности и религии средствами массовой информации является нередкое искажение в материалах. Данное обстоятельство связано с отсутствием у журналистов специальных знаний в области этнических и религиозных вопросов, нечастыми контактами авторов с представителями национальных и религиозных организаций, недостаточностью практики в освещении подобной тематики отдельных журналистов и в целом накопленного опыта этнической и религиозной журналистики. Указанные направления журналистики появились относительно недавно и находятся в стадии накопления и апробации методов работы со столь специфичным требующим особого внимания материалом. Имеющийся в этих областях опыт уже позволяет выделить формы появления этнической и религиозной информации в современных средствах массовых коммуникаций, по которым нам предстоит провести сравнение.

Механизмы передачи этничности в массовое сознание можно обозначить, опираясь на научные труды В.К. Мальковой. Она выделяет шесть основных форм появления этнической информации.

К первой форме В.К. Малькова относит, прежде всего, сообщение специально отобранных фактов о жизни этносов, их культуре, экономике, политике. Вторая форма – создание и распространение этнических образов и стереотипов. Конструирование этнических идей обозначается в качестве третьей формы. Толерантная или конфликтная мифология о прошлом, настоящем и будущем «нас» и «их», о «наших» и «их» интересах и их защите является четвертой формой, предложенной в данном перечне. Пятая форма – толерантная или конфликтная лексика, содержащаяся в этнической информации. Последняя форма, выделенная В.К. Мальковой, – изобразительные средства с этнической тематикой.

В ходе мониторинга материалов, связанных с отражением религиозного содержания в современных средствах массовой информации, мы столкнулись с проблемой недостаточной научной разработанности данной темы в отечественном научном сообществе. Попытки изучения предметно-объектной области «СМИ и религия» делает В.М. Хруль. В своей работе «СМИ и религия: в поисках интегрального подхода» он подчеркнул, что совокупный научный дискурс, предметом которого являются различные аспекты взаимоотношений религии и СМИ, по своему объему значительно уступает таким более «модным» темам, как, например, ксенофобия и национализм, которые во многих случаях имеют религиозную подоплеку [4, с. 62]. Также В.М. Хруль отмечает: «Несмотря на то, что динамика социальных процессов и поиск модели взаимодействия религии и СМИ в России обладают рядом особенностей, которые могли бы быть интересны отечественным исследователям, эта проблематика остается в значительной степени маргинальной в работах на русском языке» [4, с. 71]. Выделить конкретные формы отражения религии в современных средствах массовой информации пока не представляется возможным. Однако осмелимся предположить, что основные формы появления этнической информации в современных средствах массовой коммуникации, выделенные В.К. Мальковой, могут быть с учетом некоторой специфики адаптированы и для религиозной информации.

Работа, направленная на сравнение специфики освещения этничности и религии в средствах массовой информации по выбранному нами параметру – формы отражения этнической и религиозной информации в современном информационном пространстве – требует дальнейшего продолжения, а также пристального внимания авторов в отслеживании научного движения по данному направлению. Пока мы только делаем предположение, что опыт и результаты научных исследований В.К. Мальковой и ряда других ученых в вопросах освещения этнической информации в средствах массовой коммуникации могут стать полезными для решения задач в исследованиях взаимоотношений религии и средств массовой информации.

От формы отражения информации зависит будущее объекта материала и то, как он будет восприниматься аудиторией в дальнейшем, так как средства массовой информации в настоящее время являются одними из главных инструментов формирования общественного мнения и влияния на массовое сознание и представления. Особенно важным это становится, когда речь идет об этнической и религиозной информации.

Сравнительный анализ состояния этнической и религиозной информации при взаимодействии со средствами массовой коммуникации на предмет влияния на общественное сознание сделал очевидным контекст, в котором рассматривается это взаимодействие в отечественном научном сообществе – толерантность и конфликтность.

Средства массовой информации являются действенным инструментом формирования социального сознания, так как именно они выступают медиаторами социального пространства и распространителями толерантных или конфликтных образов, идей, ценностей, ориентиров, что способствует регулированию системы общественных отношений.

Этническая информация, освещаемая в средствах массовой информации, формирует массовые представления в области межнациональных отношений, а также воспитывает в людях отношение к своей этнической общности, к своим традициям, языку и культуре.

В настоящее время идет речь о создании в рамках средств массовой информации и о распространении в массовом сознании новой этничности – виртуальной, которая специально оформлена идеологами и оказывает действенное влияние на общественное сознание. Виртуальная этничность предполагает особое ее освещение в средствах массовой информации, в данном случае занимающихся ее конструированием.

В отличие от этничности религия как социальный институт имеет конкурентный и конфликтный характер отношений со средствами массовой информации, претендуя на роль ценностных арбитров в общественной жизни [4, с. 63]. По словам В.М. Хруля, если перейти от более узкого понятия «социальный институт» к более широкому – «подсистема» в рамках общества как системы, - то состязательность и функциональный параллелизм религии и средств массовой информации также обнаруживаются и на этом, более общем уровне, поскольку и религия и средства массовой информации измеряют, оценивают, прославляют и осуждают [4, с. 63]. В западной традиции подобный подход имеет название «дуалистический» и в настоящее время продолжает доминировать в академическом дискурсе. Как конкурирующий социальный субъект средства массовой информации существенным образом влияют на представление религии в публичной среде, зачастую регулируя объем, структуру и содержание. В этом случае средства массовой информации конструируют образ реальности, а не отражают ее.

Таким образом, в обоих случаях средства массовой информации оказывают действенное влияние на массовое сознание. Зачастую мы сталкиваемся с конструированием этнического и религиозного пространств, от чего напрямую зависит формирование толерантного или конфликтного характера массового сознания и системы общественных отношений.

Сравнение освещения этнической и религиозной тематики в средствах массовой информации по первому параметру – авторство информации – показало, что основания для различия отсутствуют. Авторство этнической и религиозной информации, представленной в средствах массовой информации, принадлежит журналистам. Как правило, у журналистов

нет специального образования в области национальных и религиозных вопросов. В связи с этим часты случаи искажения материала и в этом случае необходимым становится вмешательство лиц, которые являются непосредственными участниками излагаемых событий. Они излагают материал, точно передавая смысловое содержание, однако справедливо отметим, что эти авторы, как правило, не имеют образования журналиста. Исходя из вышеизложенного, нетрудно предположить, что наилучшим выходом из сложившейся ситуации будет являться постоянный диалог профессиональных журналистов и героев их материалов.

Сравнительный анализ по второму параметру – формы отражения этнической и религиозной информации в современных средствах массовой коммуникации – на данном этапе показал, что в отечественном научном пространстве тема религии и средств массовой информации находится пока только на стадии ознакомления с этой областью. В виду кардинальных изменений, происходящих в современном обществе, в частности в духовной сфере, активного внедрения в нашу жизнь информационных технологий и средств, которые управляют многими процессами, необходимо обратить внимание и направить научный интерес в сторону союза религии и средств массовой информации. На наш взгляд, нельзя исключать уже существующий в отечественном научном поле, опыт работы с этнической информацией. В этом случае станет возможным создание общего подхода к изучению этничности и религии в освещении современных средств массовой информации.

Сравнивая отражение этничности и религии в средствах массовой информации по последнему выдвинутому нами параметру – влияние на общественное сознание -, очевидно присутствие практики конструирования этнических и религиозных образов посредством средств массовой информации, которая может приводить к толерантности или конфликтности общественного пространства.

Объединение результатов сравнительного анализа двух явлений «этничности и средств массовой информации» и «религии и средств массовой информации» по всем трем параметрам, делает очевидным три основных проблемы в этой научной области, требующих дальнейшего рассмотрения, – непрофессионализм большинства авторов, работающих с этническим и религиозным материалом, слабая заинтересованность предметно-объектным полем «религия и средства массовой информации» среди отечественных исследователей, присутствие практики конструирования этнических и религиозных образов в современных средствах массовой информации, что ведет к формированию толерантности или конфликтности системы общественных отношений. В таком случае наше предложение по созданию общего подхода к изучению взаимосвязи и этничности, и религии со средствами

массовой информации становится необходимым и особенно актуальным в нашей полиэтничной и поликонфессиональной стране.

Список литературы

1. Кашинская Л.В. Религия в СМИ // Проблематика СМИ в контексте глобальных проблем современности. – М.: Аспект-пресс, 2008.
2. Малькова В.К. Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravmir.ru/religioznaya-zhurnalistika-tipy-principy-i-problemy-institucionalizacii/> (дата обращения 13.03.2015).
3. Малькова В.К. Этничность и толерантность в средствах массовой информации (опыт исследования современной российской прессы): Автореф. дис. д-ра. ист. наук. — М., 2006. — 60 с.
4. Хруль В.М. СМИ и религия: в поисках интегрального подхода // Вестник Московского университета. – 2012. – Серия 10. Журналистика. - № 5. – С. 60-76.
5. Шаронов Д.И. О коммуникативном смысле медиатизации // Вестник ВГУ. – 2008. – Серия: Филология. Журналистика. - №2. – С. 234-239.
6. Шевченко М. Религиозная журналистика: типы, принципы и проблемы институционализации [Электронный ресурс] // Православие и мир: портал. – URL: <http://www.pravmir.ru/religioznaya-zhurnalistika-tipy-principy-i-problemy-institucionalizacii/> (дата обращения 13.03.2015).

Рецензенты:

Кулемзин В.М., д.и.н., профессор, профессор кафедры археологии и исторического краеведения, НИ ТГУ, г. Томск;

Трофимова Е.Б., д.фил.н., профессор, профессор кафедры восточных языков и методики преподавания иностранных языков, ФГБОУ ВПО «АГАО», г. Бийск.