

Л. В. САГИТОВА

Институт Истории АН Татарстана
Казань

Е. А. ХОДЖАЕВА

Фонд «Общественное мнение» – Татарстан
Казань

С. К. ШАЙХИТДИНОВА

Казанский государственный университет

С. А. ЕРОФЕЕВ

Центр социологии культуры Казанского государственного университета

"Другой" в текстах массовой информации: культурное многообразие или идеологическое противостояние? (Опыт методологии по выявлению толерантности/интолерантности в периодической печати)

Трудно переоценить роль средств массовой информации в формировании массовых представлений и установок в современном мире - велика. В свою очередь, массовые представления, стереотипы и просто ситуативные настроения определяют поведение как отдельного человека, так и целых социальных групп. Исследование информационного поля современной России как трансформирующегося социума – не только интересно с научной точки зрения, но и имеет практическую востребованность, поскольку нестабильность ситуации, растущее напряжение по осям «старое» - «новое» в политической, экономической, этнокультурной сферах требуют систематического мониторинга ключевых направлений, к которым без сомнения относится информационная среда.

ВХОДЕ реализации межрегионального проекта «Разработка методологии и организационных механизмов мониторинга содержания продукции средств массовой информации» в рамках Федеральной целевой программы «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе (2001-2005 гг.)» группа исследователей из Казани приняла участие наряду с рабочими группами из Екатеринбурга, Москвы, Санкт-Петербурга, в разработке методики анализа текстов СМИ на проявление интолерантности. Каждая из групп создавала свою методику, на основе которых, в конеч-

ном итоге, разрабатывалась синтетическая методика, представлявшая конечный продукт проекта. В данной публикации предлагается методика рабочей группы из Казани.

Почему эта тема стала для нас актуальной?

Как оказалось, для адекватного анализа информационной среды необходим такой инструментарий, который бы был способен не только выявлять особенности текстов СМИ, что делается обычно при помощи контент-анализа (количественные характеристики) или дискурс-анализа (исследуется подробно весь текст), но и выявить факторы, которые помогли бы ответить на вопрос: «почему» появляются интолерантные / толерантные тексты.

Что было важным для нас?

Работая над проблемой создания методики диагностики толерантных/интолерантных текстов, на основе уже известных методик, мы столкнулись с тем, что важные обстоятельства, влияющие на деятельность (а, в конечном счете, и на тексты СМИ), остаются без внимания. Опыт включенного наблюдения за деятельностью региональных СМИ в Татарстане и длительное исследование информационного поля в постсоветской России (13 лет) показали, что деятельность региональных СМИ, их продукция значительно отличается от продукции столичных (Москва, Санкт-Петербург) СМИ. Кроме того, каждый субъект СМИ имеет собственную стратегию, которая выстраивается в зависимости:

- от источника финансовых и идеологических ресурсов;
- внутри- и внешне- региональной политической конъюнктуры;
- формы собственности;
- кадрового состава;
- журналистского регионального рынка.

Перечисленные факторы выступают как социальные детерминанты выработки стратегии каждого, отдельно взятого издания. Поэтому для нас, наряду с выявлением перечисленных факторов, встала задача попытаться «реконструировать» стратегию издания на основе анализа его содержания. Для этого было важно заложить в инструментарий такие параметры и индикаторы, которые фиксировали бы социальные сферы, где могут проявлять себя старые и новые типы идентичности.

Для нас также было принципиально важно не «настраивать» свой инструментарий на поиск «языка вражды», поскольку такая стратегия дает, на наш взгляд, поверхностный результат. Принцип, повышающий возможность сбора информации более глубокой и качественно наполненной, заключается в использовании категории «Другого», являющейся центральной в концепции идентичности. В чем ее преимущества в отличие от методики поиска «языка вражды» в печатных текстах?

1. Появляется возможность выделить социальные сферы, где отношение к «Другому» более или, наоборот, менее напряженное. Поэтому наша диагностика дает выход не только на узкопрофессиональные проблемы журналистского корпуса, а и на определение социальных зон напряжения.

2. Позволяет зафиксировать весь возможный спектр значений «Другого» в контексте трансляции: не только негативное, но и позитивное, нейтральное, сочувствующее и т.д.

3. Дает возможность дифференцировать позиции: редакции, автора, персонажа с точки зрения всех возможных вариаций диспозиций действующих в тексте субъектов: «Я», «МЫ», «ОНИ», в зависимости от характера происходящих в тексте интеракций.

Концептуальные основания методики выявления интолерантности в текстах СМИ

К определению понятия толерантности.

В популярной общественно-политической литературе понятие толерантности (от лат. *tolerantia* – терпение) используется как синоним терпимости к инакости – к чужим мнениям, верованиям, поведению. Соответственно «интолерантность» понимается как антоним толерантности: как нетерпимость, неприятие, которые в крайнем своем проявлении могут быть охарактеризованы как враждебность. Применительно к деятельности средств массовой информации принятие позиции «другого», «других» должно определенным образом соотноситься со стратегиями сохранения автономности индивидуального «я» журналиста и, что еще более важно, того «я», за которым стоит коллективное «мы» социальных деятелей, представляемых данным журналистом и данным изданием. При этом граница между толерантностью и конформизмом, толерантностью и интолерантностью, как они проявляются в медиа-дискурсе, может быть предметом серьезных общественных дискуссий, ведущих к выработке определенной медиа-политики.

Важно заметить, что использование терминологии толерантности/интолерантности на уровне повседневного знания (“common sense” в толковании П. Бергера и Т. Лукмана¹) может вступать в противоречие с научными подходами. Понимаемая в рамках повседневного представления как установка на непротивление ценностям «другого», толерантность явно отличается от толерантности в биологии и медицине (характеристика способности организма вырабатывать антитела²), а также в психологии (характеристика отсутствия или ослабления реагирования на какой-либо неблагоприятный фактор в результате снижения порога чувствительности к его воздействию³). Социальная практика связывает толерантность со способностью индивидуального или коллективного субъекта к адаптации к среде и может рассматриваться в качестве социокультурной нормы. Это нашло отражение в международных правовых документах, возводящих толерантность в ранг общечеловеческих ценностей и уравнивающих ее с другими принципами гуманизма.

Полезно обратиться также к отечественным подходам в интерпретации понятия «толерантность». На международной конференции ЮНЕСКО «Толерантность, взаимопонимание и согласие» (Якутск, 1995 г.) обозначились две различающиеся позиции по толерантности, высказанные этнологами В. А. Тишковым и Л. М. Дробижевой. В. А. Тишков подчеркивает, что подавление даже частных и «мягких» форм нетерпимости от имени и во имя утверждения толерантности может означать конец самой концепции и политики толерантности, ибо сама природа и проблема толерантности связаны с существованием различий и противоречий, а также возможностью конфликта. Будучи порождением потенциальной конфликтности, толерантность не позволяет реально существующим в каждом обществе явлениям неравенства, состязательности и доминирования проявиться в манифестных и насильственных формах⁴. Л. М. Дробижева не соглашается с пониманием толерантности как позиции самоограничения и намеренного невмешательства, полагая, что толерантность – это готовность принять других такими, как они есть и взаимодействовать с ними на основе согласия⁵.

В. А. Тишков прав, увязывая природу и проблему толерантности с существованием различий, противоречий и конфликтов в обществе. Однако, будучи конструктивистом, он попадает в ловушку одностороннего подхода к проблеме толерантности. В его случае действует одна сторона, которая благодаря установке толерантности не дает себе воли проявиться в открытых манифестных формах неприятию, недовольству, сложившимся в результате неравенства и доминирования одних над другими. В конечном итоге все сводится к терпимости, терпеливости (хотя автор и отрицает такое понимание), а не консолидированному решению назревших конфликтов противодействующими сторонами, в результате чего достигается консенсус и устраняются основания интолерантности.

Интерпретация Л. М. Дробижевой ближе к пониманию значимости социального взаимодействия. Введение ею термина «согласие» в определение толерантности означает признание важности акта согласования, урегулирования конфликтных проблем противостоящими сторонами. В этом определении не раскрыта подробно роль разнообразных социальных детерминант интолерантности, но они выводятся из самой концепции.

Приведенные подходы к пониманию толерантности имеют непосредственное отношение к методике, которую мы разрабатывали. В приме-

нении к средствам массовой информации, подход В. А. Тишкова усиливает конструктивистскую составляющую их деятельности (конструирование образов, распространение ценностей толерантности/интолерантности) и оставляет за рамками консолидирующую функцию СМИ, понимание информационного поля как поля общественных дискуссий, в ходе которых обсуждаются и решаются социальные проблемы – как раз то, что учитывает подход Л. М. Дробижевой. Таким образом, два указанных подхода дополняют друг друга и помогают исследовать процессы толерантности/интолерантности достаточно всесторонне.

Субъекты коммуникативной деятельности. Ценность приведенных выше подходов понимания толерантности - в их методологическом векторе. Но для разработки инструментария мониторинга и реализации нашего замысла требовалось такое определение толерантности, которое бы учитывало субъектно-объектные отношения в социальном пространстве. Определение толерантности, содержащееся в Декларации принципов толерантности (ЮНЕСКО, 1995) послужило основой для наших эмпирических разработок, осуществлявшихся в рамках межрегионального Проекта «Разработка методики и организационный механизм мониторинга содержания продукции средств массовой информации» (Федеральная целевая программа «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе (2001-2005 гг.)»).

В соответствии с Декларацией принципов толерантности (ЮНЕСКО, 1995), толерантность определяется как *ценность и социальная норма гражданского общества, проявляющаяся в праве быть различными всех индивидов гражданского общества; обеспечении устойчивой гармонии между различными конфессиями, политическими, этническими и другими социальными группами; уважении к разнообразию различных мировых культур, цивилизаций и народов; готовности к пониманию и сотрудничеству с людьми, различающимися по внешности, языку, убеждениям, обычаям и верованиям.* В Декларации, принятой ЮНЕСКО, подчеркивается, что конструктивное взаимодействие социальных групп, имеющих различные ценностные, религиозные и политические ориентиры, может быть достигнуто на основе выработки норм толерантного поведения и навыков межкультурного взаимодействия⁶.

Для разработки методики, которая должна в нашем случае иметь сугубо практическую направленность, целесообразно перевести перечисленные принципы толерантности в деятельностьную

плоскость. Прежде всего, мы должны определить, кто является субъектами изучаемой нами коммуникативной деятельности, функциональное разграничение этих субъектов и сферы их компетенции. Для этого следует детально разобрать каждую из позиций взятой на вооружение дефиниции из Декларации принципов толерантности, принятой ЮНЕСКО, через призму соотношения «право—ответственность». Выявление амплитуды деятельности СМИ в этом контексте безусловно влияет на выбор методологических подходов в нашей работе.

В Декларации ЮНЕСКО толерантность понимается как неотъемлемая характеристика гражданского общества, как одна из его норм, которая декларирует для всех индивидов общества право «быть различными». Носителем и гарантом этого права выступает как само гражданское общество, так и правовое государство, которое обеспечивает и защищает права каждого гражданина и каждой социальной группы. СМИ в рамках государства и гражданского общества выступают как институт, поддерживающий декларируемые нормы, находясь при этом в определенном соподчиненном положении. В этой ситуации актуализируются такие категории, как профессионализм и ответственность журналистов. Пункт дефиниции: «уважение к разнообразию различных мировых культур, цивилизаций и народов» также подпадает под компетенцию СМИ, поскольку они способны и призваны формировать в массовом сознании установки толерантности.

Другая составляющая определения: «готовность к пониманию и сотрудничеству с людьми, различающимися по внешности, языку, убеждениям, обычаям и верованиям» обеспечивается всеми тремя субъектами: гражданским обществом, государством и СМИ. В то время как позицию «обеспечение устойчивой гармонии между различными конфессиями, политическими, этническими и другими социальными группами» обеспечивает именно государство, следствием политики которого должно стать «конструктивное взаимодействие социальных групп, имеющих различные ценностные, религиозные и политические ориентиры». СМИ в этом случае участвует в «выработке норм толерантного поведения и навыков межкультурного взаимодействия».

Выделение зон компетенции трех субъектов коммуникации (гражданское общество, государство, СМИ) в процессе формирования толерантности в обществе выводит нас на проблему соотношения и взаимодействия:

а) самого процесса конструирования (деятельность СМИ: правила, формирующие дискур-

сивные практики; практики продуцирования текстов и т.д.);

б) социальных детерминант, находящихся свое выражение в интересах различных социальных групп, гражданского общества в целом и государства.

СМИ как агенты поля власти и поля культурного производства. Правила, формирующие дискурсивные практики, практики продуцирования текстов могут быть раскрыты через теорию социального поля П. Бурдьё.

Как говорилось выше, носителем и гарантом «права быть различным» выступают гражданское общество и правовое государство. Приходится констатировать, что в России и гражданское общество, и правовое государство находятся в стадии формирования, в силу чего не могут выступать полноценным гарантом реализации нормы толерантности, равно как и других норм гражданского общества⁷. Поэтому мы исходим из того, что в России не существует единого автономного журналистского дискурса как гомогенного коммуникативного пространства, характеризующегося единой нормативностью. В реальности это пространство включено в поле власти и находится в ситуации, сравнимой с ситуацией интеллигенции, охарактеризованной П. Бурдьё в качестве подчиненной группы господствующего класса⁸.

В то же время люди обращаются к средствам массовой информации для того, чтобы лучше ориентироваться в социокультурном пространстве. Они ожидают как можно более адекватного его отражения со всеми противоречиями и различиями действующих субъектов. В противном случае деятельность СМИ будет лишь имитацией социального взаимодействия и утратит функцию налаживания коммуникации в обществе. То есть выражение своей позиции в соотношении с позицией «другого» есть нормальная коммуникативная практика в поле культурного производства, где происходят противоречивые процессы идентификации участников социокультурного взаимодействия. Проблема заключается в том, чтобы противопоставление себя «другому» не представляло собой угрозы согласию в рамках социальной системы современного федеративного государства: нации, каковым является или, по крайней мере, в качестве какового позиционирует себя Россия.

Таким образом, деятельность СМИ представляет как часть поля культурного производства с его «принципом автономности», вступая при этом во взаимодействие с полем политическим, навязывающим журналистике иные, «гетерономные принципы». С таким подходом согласуется трактовка С. Холлом проблемы массовой культуры, как куль-

туры всегда в той или иной степени политэкономически ангажированной, использующей стандарты и нормы повседневного знания, «общих ценностей» для прикрытия определенных идеологий, одной из которых, добавим мы, может быть и официальная идеология толерантности⁹.

Еще одно важное замечание, иллюстрирующее гетерогенность и гетерономность деятельности СМИ, связано с концепцией Дж. Б. Томпсона, указывающего на использование основных способов действия идеологии в ситуации современного поля культурного производства, который, как мы полагаем, и формирует журналистские практики¹⁰.

Применение подобных подходов к исследованию способов действия идеологии (включения идеологического содержания в, казалось бы, нейтральные тексты СМИ) возможно при переходе к качественному анализу текстов СМИ. Концепция методика предполагает, наряду с количественным анализом (первый этап исследования), выделение (на следующем этапе) характерных интолерантных медиа-текстов, которые могут быть подвергнуты критическому дискурс-анализу.

Использование концепций П. Бурдые, С. Холла и Дж. Б. Томпсона позволило развести уровни действия толерантности и интолерантности:

1) на психологическом уровне – как внутренняя установка и определенное отношение личности и социальных групп (процесс идентификации, поле культурного производства);

2) на политическом уровне – как действие или осуществляемая через закон и традицию общественная норма¹¹ (поле власти).

Понятие социальных полей включает поле культурного производства и поле власти, драматургия отношений которых и составляет содержание социальных детерминант. В то же время данное понятие позволяет вывести подуровни психологического и политического уровней. Соответственно: обыденный и идеологический.

Существующие наработки по мониторингу интолерантных текстов в СМИ характеризуются преимущественно синтетическим подходом, ориентированным как на обыденный, так и на идеологический уровни анализа. Между тем, практика показывает, что продукция СМИ может характеризоваться по своей функциональной направленности (нормативно-формирующая или нейтрально-коммуникативная) достаточно определенно. Системоформирующим фактором в данном случае выступает тип источника информации (как подтип может оцениваться серия выступлений конкретного автора). Типологические характеристики

источника включают в себя способ передачи информации (печатные СМИ, электронные СМИ); перечень учредителей (издателей); особенности аудитории; периодичность и т.п.¹² Именно на уровне источника информации артикулируются ценностные ориентиры, конституирующие «стиль поведения» данного СМИ на информационном рынке (один из документов, призванный отразить эту сферу – бизнес-план издания, телепрограммы и т.д.). Нормативную модель источника информации дополняет его репутация, которая, как правило, недвусмысленно указывает на то, чьи интересы проводит в жизнь данное СМИ, какие в связи с этим возможны ожидания¹³.

Задачи методика. Вопрос заключается в том, будет ли методика ограничиваться выявлением особенностей процесса конструирования, в котором, в нашем случае, основной участник – СМИ? Или же, наряду с этим, для нас будет целесообразно попытаться ответить: «Почему?», «В связи с чем?», «Чем обусловлены?» проявления интолерантности в продуктах СМИ? Логика последнего вопроса выводит нас на драматургию отношений и интересов участников процесса: государства, гражданского общества и СМИ.

В первом случае акцентируется инструментальная функция СМИ. Методика выявляет, как конструируется журналистский дискурс. Практический выход видится в том, чтобы полученные результаты мониторинга сделать предметом обсуждения журналистского сообщества для повышения профессионализма журналистов, их ответственности; выработки и принятия профессиональных, этических норм журналистской деятельности. Таким образом, мы ограничиваемся сферой компетенции СМИ.

Однако государство, а вместе с ним и элитные группы, являются не менее, если не более влиятельными участниками процесса формирования толерантности/интолерантности в обществе, поскольку, помимо всего прочего, государство, в силу властных полномочий и исключительности обладания властными ресурсами, способно легитимировать интолерантность, которая будет трактоваться как толерантность. При этом правила игры, которые будут заданы государством, как раз и будут формировать такой журналистский дискурс, который выгоден государству (деятельность СМИ в условиях советского государства яркое тому подтверждение). Права и интересы гражданского общества при этом мало учитываются.

Как показывает практика публичных дискуссий о содержании и нормах журналистской деятельности (Л. В. Сагитова - включенное на-

блюдение в ходе межрегионального семинара «Разрушение негативных этнических стереотипов, употребляемых в российских СМИ», Казань, 29-30 мая 2001 г.), обсуждение вопросов дрейфует в сторону роли государства, влияния социального контекста на профессиональную деятельность журналиста.

В связи с этим было бы логично «конструктивистскую» часть методики дополнить частью, которую мы условно назвали «социальные детерминанты».

Что понимается под социальными детерминантами?

Это действие всех возможных социальных факторов, среди которых мы выделяем:

- политический,
- экономический,
- социокультурный,
- религиозный,
- этнический.

В период общественной трансформации, который Россией пока не преодолен, каждая из этих сфер содержит явный или латентный конфликт. Специалисты, занимающиеся мониторингом социальных конфликтов, говорят о расширении сфер проявления нетерпимости. Наиболее полный перечень ситуаций проявления интолерантности, был представлен В. А. Тишковым:

- этно-национальные конфликты;
- дискриминация в отношении меньшинств;
- акты ксенофобии, особенно против беженцев и мигрантов;
- расистские организации и идеологии и акты расового насилия;
- религиозный экстремизм;
- насилие и гонения против интеллигенции и других лиц, исповедывающих свободу мнений и их выражения;
- нетерпимость со стороны политических движений и идеологий, считающих отдельные общественные группы виновниками таких социальных болезней, как преступность, безработица, плохое здравоохранение;
- нетерпимость, выраженная в маргинализации и исключении из общества уязвимых групп или в дискриминации и насилии против этих групп¹⁴.

Интолерантность – родовой признак конфликта. Следовательно, исследование интолерантности не будет адекватным, если не будет учитываться социальный контекст.

Разработанная нами методика предполагает поиск ответов на вопросы:

- Какие социальные явления провоцируют те или иные формы выражения интолерантности в текстах СМИ?

- Чьи интересы обеспечивает конструктивистская деятельность СМИ?

- Каков алгоритм взаимоотношений издания и групп поддержки (финансовой, идеологической и т.д.)?

Введение в контекст анализа перечисленных позиций позволяет четче определить, является ли выявленная интолерантность в тексте недостатком профессиональной подготовки журналиста, или же это – инструмент определенной идеологии (преследующей вполне конкретные социальные цели), которой следует издание.

В ходе дискуссий по созданию методики коллегами из екатеринбургской группы было высказано мнение, что «на основе анализа текстов невозможно ответить на вопрос: всегда/иногда/когда именно интолерантные смыслы вносятся в текст сознательно». Однако опыт использования методики контент-анализа опровергает это утверждение. Возможность обнаружения идеологической стратегии издания, а значит и замысла, и намерений субъекта высказываний была продемонстрирована в хрестоматийном исследовании характеристик и идеологической направленности коммуникатора, осуществленном Г. Лассвеллом и Н. Лейтесом (Стратегия газеты «Истинный американец» в период второй мировой войны. С помощью контент-анализа была доказана профашистская направленность газеты, что послужило причиной ее закрытия)¹⁵.

Известная контент-аналитическими исследованиями Л. Н. Федотова пишет о том, что «содержание СМК с различной степенью определенности говорит нам о разных участниках передачи информации», о том, что «социологи... давно пришли к заключению, что содержание по-разному зависит от характеристик коммуникативной ситуации, характеристик самого коммуникатора, характеристик средств и каналов, по которым передается информация, характеристик аудитории»¹⁶.

Безусловно, наша разработка методики не предполагает ограничиться выявлением только идеологий в узком смысле. Социальные детерминанты включают культурный контекст, политическую и экономическую ситуации в качестве своеобразного ландшафта, в условиях которого действуют коммуникатор, государство, социальные группы и т.д., интересы которых сосуществуют в режимах симбиоза, нейтральной автономности, или конфликта.

Конечно же, перечисленные категории не дадут ответа о конкретных формах, в которых проявляется интолерантность в текстах СМИ. Эту часть анализа обеспечивает «конструктивистская» составляющая методики. Но они существенно обогатят анализ в первую очередь тем, что помогут выявить причинно-следственные основания проявлений интолерантности. Дополнение методики частью «социальных детерминант» расширяет не только возможности самого анализа, но и обеспечивает больший потенциал «выходной» продукции мониторинга.

Все изложенные выше соображения повлияли на выработку целей методики. В ней «конструктивистская» часть и часть «социальных детерминант» представлены в равной мере. Целью методики, на основе которой должен осуществляться мониторинг, стало решение следующих задач:

- выявление сфер социальной жизни, в которых проявляет себя интолерантность;
- ранжирование выявленных сфер по степени интенсивности проявления интолерантности;
- определение направленности, предмета интолерантности;
- выявление форм (явных – неявных) интолерантности;
- выявление лексем, образов, стереотипов, с помощью которых распространяется интолерантность в информационном поле;
- определение характеристик субъекта – носителя интолерантности;
- выявление социальных детерминант, причин, которые провоцируют крайние формы выражения интолерантности;
- выявление редакционной стратегии изданий, в которых интенсивно проявляет себя интолерантность.

В связи с поставленными задачами, которые должна решать методика, была построена категориальная сетка для классификации обрабатываемой информации. В ней категорией анализа становится представление о «Другом», оппозиция «мы – они» со всеми возможными признаками (религиозный, этнический статусный и т.д.). При этом все возможные признаки являются подкатегориями анализа. Единицей анализа становится материал или группа материалов, объединенных одной рубрикой, дискуссией (которая может продолжаться в нескольких номерах издания) о «Другом», о «Нас», о «Них».

Представляется, что фиксирование проявлений интолерантности в анализируемых изданиях не должно быть линейным. То есть для нас, в

инструментарии было важно сформировать такое «сито», которое давало бы возможность решить такие исследовательские цели:

1) Выявление тех сфер социальной жизни, где интолерантность проявляется, а где – нет. Знание последнего также представляет ценность. Соотнесение удельных долей нейтральной, толерантной или интолерантной информации помогает выявить стратегию и идеологическую направленность анализируемого издания.

2) Введение в инструментарий такого индикатора, как степень интенсивности, позволит ранжировать сферы проявления интолерантности по этому признаку. Тем самым появляется возможность обнаружения наиболее болезненных, проблемных сфер жизни общества.

Эмпирическое обоснование инструментария исследования

Общие положения. *Объектом анализа* является общественно-массовые периодические издания, среди которых выделены два подтипа: общественно-политические издания и газеты табloidного формата. Методика не предусматривает изучение рекламных, специализированных изданий.

В связи с поставленными задачами, которые должна решить разрабатываемая методика, была построена категориальная сетка для классификации обрабатываемой информации.

В ней *категорией анализа* становится представление о «Другом», оппозиция «мы – они» со всеми возможными признаками (религиозный, этнический, статусный и т.д.).

При этом все возможные признаки являются *подкатегориями анализа*.

Единицей анализа становится материал или группа материалов, объединенных одной рубрикой, дискуссией (которая может продолжаться в нескольких номерах издания) о «Другом», о «Нас», о «Них».

За *единицу счета* принимается количество этих материалов.

Единицами контекста являются все качественные характеристики материалов: тематика, сбалансированность, способ обоснования (легитимации), тональность и пр.

Требования выборки. При осуществлении мониторинга, в зависимости от целей исследователя, могут использоваться два типа выборки номеров изданий. Если в рамках мониторинга важно составить мнение об издании, его стратегии и характерных особенностях в целом, то необходимо выбрать событийно нейтральные пери-

оды. То есть нужно избегать таких периодов, когда происходят какие-то яркие события, конфликты и т.д. В этом случае для репрезентативной выборки достаточно выбрать два временных отрезка протяженностью по две недели в каждом, с интервалом в полгода. Допустим, с 1-15 февраля и с 15–30 сентября. Для ежедневных газет выбираются все выходящие в намеченные две недели номера. Если газета еженедельная, то временные рамки расширяются до полутора месяцев.

В случае, если цель мониторинга – исследовать, как события влияют на журналистский дискурс, то в этом случае вариативность выборки зависит от события. Если это повторяющееся событие (какой-то праздник) или повторяющееся с определенной периодичностью общественное событие (фестиваль, общественно-политический конгресс), то периоды намечаются так, чтобы захватить период подготовки, проведения самого события и постсобытийный, когда происходит оценка события. Если это спонтанное событие (захват заложников и т.д.), то выделяется период с начала события и далее отслеживается период наиболее интенсивного обсуждения.

Для исследования берутся не отдельные тексты, а весь газетный материал, исключая рекламу. Таким образом, в рамках избранных для анализа временных периодов прочитывается весь имеющийся в отобранных газетах материал. Вся информация пропускается через «сито» – специально разработанные тематические блоки, на этапе инвентаризации тематики издания.

Опираясь на количественный метод, мы сможем выявить те социальные сферы, где интолерантность проявляется в большей / меньшей степени. Учет характеристик коммуникатора (учредители, место регистрации, тип аудитории и др.) позволяет уточнить его позиции и интересы в сложившемся раскладе действующих сил. В свою очередь корреляция названных факторов позволит выявить специфику региональных / центральных СМИ в совокупности уровней всех действующих социальных контекстов. Это также позволит выявить действие (активное – нейтральное – пассивное) социальных факторов на проявления интолерантности.

В инструментарий включены три карточки, кодификаторы к Карточке 2 и инструкция к кодировщику. Желательно использовать компьютерную технику при проведении мониторинга. Создание электронной базы данных позволяет избежать возможных ошибок набивки данных и рутинизации процесса анализа. При этом использование Карточки 3, в которую заносятся общие характе-

ристики для всех анализируемых СМИ, обязательно в том случае, если предполагается создание компьютерной базы данных и ее статистическое обобщение. Однако, если первичный ввод данных непосредственно в таблицы Excel невозможен по техническим причинам, кодировщики должны сначала заполнить распечатанные на бумаге карточки, а затем создать соответствующие им электронные базы данных.

Правила и этапы кодирования. Сведения субъективности к минимуму предполагает работу по следующей схеме:

Подготовка кодировщиков

А) Привлечение независимых кодировщиков (минимум два), проведение их инструктажа исследователем. Одно из основных требований к кодировщику: исходить не из собственных представлений, а из того, как «подаются» группы людей и их представители в тексте. Кодировщик должен выработать в себе «чувствительность», оценивая сбалансированность, способ легитимации и общий тон материала.

Б) Проведение кодировщиками пилотажного этапа на основе кодирования одних и тех же номеров (минимум два).

В) Сверка полученных результатов кодировки и выявление их несовпадения. Осуществление их сравнительного анализа, в ходе которого выявляются причина несовпадений, разница пониманий; кодировщики получают необходимые разъяснения.

Основной этап кодирования

А) Исследователи не участвуют в кодировании, осуществляя контроль над работой.

Б) Кодировщики работают по парам, осуществляя независимо друг от друга кодирование одного и того же материала.

Сопоставление итогов кодирования

Сопоставление несовпадений итогов кодирования осуществляется исследователем совместно с кодировщиками.

Анализ результатов. Инструментарий предоставляет возможность ручной обработки данных, но наиболее эффективным, на наш взгляд, является компьютерный анализ статистически значимого количества материалов прессы. Это дает возможность сопоставления данных на различных подвыборках и использования корреляционных статистик.

Переход к качественному анализу. С целью углубления исследования качественным анализом предлагается отобрать наиболее характерные для анализирувавшихся изданий интолерантные медиа-тексты, которые могут быть под-

вернуты критическому дискурс-анализу для обнаружения скрытых стратегий идеологического воздействия в данном регионе.

Логика сбора и анализа материалов.

Толерантность эмпирически проявляется в тех текстах медиа-сообщений, в которых при подаче информации происходит символическое выделение групп людей, а иногда и противопоставление их друг другу. В связи с этим ключевой единицей анализа становится текст о «Другом», в котором люди или группы людей наделяются определенными характеристиками.

Цель монитора заключается в фиксации качественных характеристик материалов, затрагивающих тему «Другого», и по возможности перевод этих характеристик в количественные показатели.

Логика сбора и анализа материалов укладывается в три этапа (шага):

1. ШАГ ПЕРВЫЙ

Производится инвентаризация тематики конкретных изданий с целью выделения доли материалов о «Другом» и определения потенциальной «толерантности-интолерантности» конкретной темы.

2. ШАГ ВТОРОЙ

Одновременно для каждой статьи о «Другом» обозначаются такие качественные характеристики, как сбалансированность подачи материала, его тональность и происходящая в процессе рационализации (или отказа от рационализации) легитимация существующего порядка или его критика на основе определенных идеологий или в терминах здравого смысла. Кроме этого в качестве дополнительных критериев, необходимых для интерпретации обозначенных качественных характеристик, фиксируется тип материала и его авторство. Также выделяются те группы, идентификация или противопоставление которым происходят в тексте. Кроме того, в отношении каждой из групп фиксируется наиболее часто встречаемая оценка. Далее для каждого СМИ определяется доминирующая тенденция по каждой из выделенных качественных характеристик.

3. ШАГ ТРЕТИЙ

Сравнительное изучение качественных характеристик каждого типа издания и региональной специфики.

Обоснование списка тем для инвентаризации тематики издания

Тематические блоки в Карточке 1 составлены не на основе традиционных рубрик отечественной прессы. Они отражают все сферы общественной жизни, с которыми связаны процессы групповой и индивидуальной идентификации.

Среди множества повседневных представлений и стереотипов в качестве основных были выделены в отдельные группы представления о гендерных, социальных (отношения богатых-бедных), возрастных, расовых, этнических и национальных различиях. Выделение этих категорий произведено для того, чтобы проанализировать, какие СМИ и в каких материалах наиболее часто символически воспроизводят эти различия. Исходя из методологической посылки о том, что интолерантность возникает и проявляется в столкновении с «другим», «инаким», в ситуации несовпадения или конфликта, важно учесть проявляющиеся в обществе (в данном регионе) оси напряжения, поскольку именно по ним проходит «разряд» интолерантности.

К ним можно отнести:

- социальное неравенство – ось «богатые – бедные»;
- внешнеполитический фактор – ось «Россия – Запад; Россия – Восток»;
- внутривнутриполитический фактор – ось «центр – регион»;
- «силовые ведомства – общество»;
- религиозный фактор - отношение к другим конфессиям;
- этнический фактор – групповая оппозиция «мы – они» по этническому признаку.

Может проявлять себя ось «новое – старое». Новые экономические отношения сопровождаются выделением в качестве оппозиционных таких групп, как «предприниматели», «торговцы», «олигархи»; актуализируются отношения «продавец-покупатель», «заказчик – исполнитель». Сохраняют актуальность традиционные оппозиции «общество - власть», «современное – традиционное», «горожане – сельчане», гендерные отношения.

Поэтому, выделяя тематические блоки, мы предполагаем, что в каждом из них, в той или иной мере, может проявиться та или иная ось напряжения, оппозиция, противопоставление, неприятие и т.д. А может и не проявиться.

Качественные характеристики анализа текста

Основными качественными характеристиками текста в предлагаемой инструментаририи выступают сбалансированность подачи материала, его тональность и способ обоснования существующего порядка.

Сбалансированность материала характеризует профессионализм издания, т. е. стремление авторов организовать материал в соответствии с нормативными требованиями этики журналиста, основными из которых являются непредвзятость в подаче фактов, нацеленность на репрезентацию

различных точек зрения, и в связи с этим обращение к разнообразным источникам, отделение фактов от мнений. Таким образом, сбалансированность или несбалансированность материала свидетельствует об отсутствии ангажированности издания или ее наличии.

Несбалансированные материалы, где выражается только одна точка зрения и заметна предвзятость автора, априори представляются нетолерантными. Однако одной этой характеристики недостаточно. Соблюдение профессиональной этики можно ожидать только от представителей журналистского цеха. В связи с этим выделяется дополнительный критерий — авторство материала, которое позволит выявить сбалансированность публикаций, авторами которых являются журналисты и редакторы. Однако наличие несбалансированных материалов, созданных не журналистами (читателями, политиками, учеными), не снимает вопроса об ангажированности издания, т.к. селекция поступающих в редакцию материалов производится редактором. Возможное обнаружение сбалансированности материалов журналистов и одновременной несбалансированности материалов с прочим авторством обозначит лишь определенную стратегию издания.

Таким образом, наличие значительной доли сбалансированных материалов не дает возможности сделать вывод о том, что издание не ангажировано, поскольку существует вероятность того, что газета придерживается профессионализма лишь внешне.

Здесь необходим анализ еще одной качественной характеристики текстов, а именно способа обоснования, или легитимации, который проявляется в процессе рационализации или отказа от рационализации. Обычно разворачивание текста в СМИ предполагает его рационализацию, т.е. построение логических умозаключений на основе общих суждений (например, в аналитической статье). Эти суждения базированы на определенных допущениях, принимаемых «на веру». Другие типы дискурсов в СМИ характеризуются отказом от рационализации (например, анекдоты, развлекательные материалы и пр.), тем не менее в основе этого отказа также лежат подобные базовые допущения. Именно характер этих допущений и является предметом кодирования, когда мы говорим о способе легитимации. Эти допущения могут представлять собой коды доминирующей в обществе (регионе) идеологии или различных контридеологий (например, националистических). При этом в данном инструментарии представлено разделение контридеологий на три типа: крити-

ку властей как таковых; а также поддержка либо региональной, либо центральной власти, что обогащает сравнительный анализ центральных и областных (республиканских) СМИ. Зачастую легитимация существующего порядка или его критика происходит не на основе конкретных идеологий и политических доктрин, а в терминах здравого смысла (на уровне повседневного знания, массовых стереотипов и представлений). Предполагается, что, несмотря на то, что явной идеологической составляющей в данном случае нет, интериоризация скрытых идеологических представлений происходит на уровне повседневного знания. Воспроизводство СМИ этих скрытых составляющих также является «манипулированием сознанием» или «идеологической работой» (А. Грамши, Л. Альтюссер и др.).

Таким образом, к категории сбалансированности издания добавляется характеристика способа обоснования (легитимации) существующего положения вещей в материалах о «Другом», что будет характеризовать, является ли сбалансированность действительной непредвзятостью издания или же она представляет собой лишь «ширму» независимого издания и маскирует определенную степень ангажированности. Так, если издание, представляющее большинство сбалансированных материалов о «Другом», чаще всего оправдывает существующий порядок или, напротив, критикует его в терминах определенной контридеологии, то вывод о его неангажированности неправомерен.

Еще одной качественной характеристикой, важной для изучения толерантности СМИ, является общая тональность каждого издания. В зависимости от того, как изложен материал, можно ожидать, каким образом характеризуются те или иные группы людей. Предложенные для кодирования характеристики тональности издания представляют собой псевдопорядковую шкалу (от торжествующего тона до гневного), также к ней добавлены два качества (ирония и юмор), которые лежат вне плоскости этой шкалы. Здесь также важно выделить различные жанры материалов, от которых зависит тональность публикаций о «Другом». Так, от развлекательных материалов исследователи вправе ожидать иронии и юмора, тогда как в случае аналитических статей или редакционных комментариев эти качества текста становятся уже значимыми для понимания того, как репрезентируются те или иные группы людей.

Анализ групп людей («Мы»/«Они»). Интолерантность в большей мере проявляется преимущественно не в отношении какого-либо инди-

вида, а в отношении групп. Предлагаемый инструмент фиксирует различные характеристики этих групп. Кодировщик записывает непосредственно те группы, которые репрезентируются в текстах, а также кодифицирует их в соответствии с определенным перечнем (См. Кодификатор V Карточки 2). Это позволяет произвести количественный анализ, однако не исключает возможности обращения к качественным данным, фиксируемым в Карточке 2.

Разделение групп по категориям производится на основе половозрастных различий и обычной типологии социальных идентификаций людей. По результатам пилотажного исследования был составлен перечень групп, в отношении которых возможна репрезентация толерантности – интолерантности в медиа-сообщениях.

Первые два перечня групп обозначают основные гендерные (мужчина-женщина) и возрастные идентичности. Особо выделена группа сексуальных меньшинств, в отношении которых в различных изданиях также могут быть зафиксированы случаи негативного или позитивного отношения. В третьем перечне представлено разделение групп по материальному положению, что фиксирует поляризованность общества.

Четвертый перечень обозначает группы, наделенные властными полномочиями. В некоторых публикациях возможна критика власти как таковой или чиновников вообще, что фиксирует первый код в данном перечне. С точки зрения федеративного устройства России, важно разделить власть на региональную и «центральную» (федеральную), это сделает возможным изучение различий репрезентаций этих уровней в общероссийских и областных или республиканских масс-медиа. В продолжение этой логики выделены властные группы местного уровня, которые зачастую фигурируют в региональной прессе. Позиции «силовые структуры» и «судебная власть» введены для обозначения групп, которые для простого человека напрямую ассоциируются с определенными властными функциями, в первую очередь функцией наказания за антисоциальное поведение.

Перечень социальных групп включает в себя профессиональные (врачи, учителя, предприниматели, актеры и пр.), девиантные (алкоголики, наркоманы, проститутки, люди с психологическими отклонениями и др.), криминальные (воры, убийцы, мошенники, организованные преступные группировки и т.п.) сообщества, а также те группы, которые нуждаются в социальной, медицинской и психологической помощи (пенсионеры, ветераны, больные, малоимущие, дети-сироты и пр.).

Важно отметить, что некоторые группы людей (в частности наркоманы или алкоголики) могут быть репрезентированы не только как девиантные, но и как криминальные (т.е. опасные для общества) или незащищенные (нуждающиеся в лечении и помощи). В связи с этим кодификация должна происходить исходя не из привычных представлений, а на основе тех характеристик, которыми эти группы наделены в тексте. Также отдельной социальной группой выделены мигранты из сельских районов в города, которые зачастую воспринимаются столичными СМИ как маргиналы.

Следующий перечень предполагает разделение людей на основе обмена товарами и услугами на производителей, продавцов и потребителей.

Масс-медиа в рамках противопоставления «Запад-Восток» в качестве «Другого» выделяют не конкретные социальные группы, а определенные национальные (в понимании принадлежности к конкретному государству) или цивилизационные сообщества, перечень которых предложен в кодификаторе. Также для общероссийских и для местных СМИ характерно выделение не только национальных, но и региональных сообществ различного уровня: региональные, областные или республиканские, городские, районные и сельские.

Важнейшими социокультурными характеристиками людей является их религиозная и этническая принадлежность. Масс-медиа часто воспроизводят эти различия, что вызвало детализацию перечней религиозных и этнических групп. Так, среди первых выделены группы приверженцев православия, ислама, других традиционных и нетрадиционных для региона конфессий, религиозных течений и направлений. Этот перечень далеко не однозначен и соответствует, к примеру, религиозной ситуации в Республике Татарстан, где в качестве доминирующих конфессий выступают православие и ислам. Для других регионов возможно изменение этого перечня: например, для Бурятии важно выделить отдельным пунктом буддизм. Перечень этнических групп также определяется контекстом развития этнических отношений в национальных республиках России, где всегда возможно выделить титульный и нетитульный этнос. Так, для Республики Татарстан в качестве титульного этноса будут фигурировать татары, а все остальные народы, в том числе и русские, в качестве нетитульных. На уровне общероссийских СМИ русские будут рассматриваться уже как титульный этнос. Отдельными кодами отмечены три этнические группы (евреи, чеченцы и в целом

народы Северного Кавказа — «кавказцы»), стереотипы по отношению к которым, по многочисленным исследованиям этнологов, наиболее часто негативны и интолерантны. Также зачастую негативное отношение испытывают мигранты и вынужденные переселенцы, среди которых были выделены русские, татары (в случае Татарстана, для других национальных республик должны быть обозначены свои титульные народы), выходцы с Кавказа, Средней Азии и дальнего зарубежья (вьетнамцы, китайцы). Такое детальное разделение необходимо в связи с тем, что в масс-медийном пространстве возможно воспроизводство существенных различий в общественных настроениях и стереотипах по отношению к этим группам.

Проведенное исследование, в ходе которого была апробирована предлагаемая методика, показало, что недостаточно одного лишь различия социальных групп, в отношении которых СМИ транслируют толерантные или интолерантные высказывания. Важным становится выявление предмета толерантности / интолерантности, т.е. выявление тех оценочных характеристик, по которым «ДРУГИЕ» люди принимаются как «СВОИ» или «Чужие». Например, различные этнические группы (в частности цыгане) могут характеризоваться в текстах СМИ как «свободные» странники, «криминальные сообщества», «нечистоплотные» люди, в лохмотьях. Соответственно критерии оценки в этих случаях будут различными.

В ходе обсуждения методики доцентом кафедры русского языка и стилистики Уральского государственного университета (г. Екатеринбург) Э. В. Чепкиной была предложена такая переменная мониторинга, как «критерий оценки», позволяющая зафиксировать предмет толерантного или интолерантного отношения. В инструментарии предложены наиболее распространенные дихотомии оценок, которые могут быть детализированы и дополнены в ходе проведения крупного исследования. Переменная «критерий оценки» позволяет выявить, какие позитивные или негативные свойства приписываются в СМИ различным социальным группам.

Инструментарий мониторинга

Инструкция к кодировке данных. Основное правило кодирования — идти не от собственных представлений, а от позиции СМИ.

Основной категорией инструментария, подвергающейся счету, является материал, под которым понимается как отдельная публикация, так и их подборка. Публикация становится единицей анализа, если: в тексте происходит выделение

различных групп людей. Подборка публикаций становится одним материалом, если в их текстах речь идет о тех же группах людей. Например, если опубликованы письма читателей или высказывания известных личностей, представляющих разные точки зрения по одному вопросу, то такие публикации будут считаться одним материалом.

Заполнение Карточки 1.

1. Вносится название издания, код региона.

2. Отмечаются (кружком) периодичность и формат издания.

3. Все публикации номера распределяются по перечисленной тематике.

Уточнение критериев отнесения информации к определенной теме:

1. Международные новости — вся новостная информация о происходящем в мире.

2. Официальная информация — публикация законов, постановлений, указов правительства РФ и региональной власти.

3. Внешняя политика РФ — официальная информация о визитах, встречах, соглашениях с зарубежными странами, деятельность государства на международной арене: информационные и аналитические статьи.

4. Внутренняя политика РФ — организационная деятельность государства в экономической, демографической, социально-интеграционной, социально-культурной сферах жизнедеятельности российского общества, законодательная и исполнительная деятельность государственных органов.

5. Внешняя политика региона — деятельность регионального правительства по налаживанию связей с зарубежными странами, странами СНГ и регионами РФ, презентация региона, создание внешнего имиджа.

6. Внутренняя политика региона — законодательная и исполнительная деятельность регионального правительства, формирование региональной идентичности (идеологии) для местного сообщества.

7. Гражданское общество и права человека — информация обо всех инициативах, акциях и деятельности негосударственных органов — общественных партий, объединений, движений, временных целевых коллективов (коллективные письма представителей науки, культуры, и т.д.), отдельных личностей, отстаивающих гражданские права; экология культуры и природной среды, защита животных; права женщин, детей, молодежи, проблемы занятости; пенитенциарная система (права заключенных).

8. Экономика – информация о производственной деятельности, обсуждение экономических проблем специалистами, субъектами экономической деятельности (руководители предприятий, других подразделений производства, сельского хозяйства, политики, если они являются одновременно руководителями экономических объектов и выступают с этих позиций). Крупный бизнес, кредитно-финансовая сфера.

9. Торговля, предпринимательство – рыночные отношения, мелкий и средний бизнес, челночники, отношения: «продавец – покупатель», «арендатор – арендодатель», «заказчик – исполнитель» и т.д.

10. Социальные проблемы:

а) информация о социальных службах, службах психологической помощи, реабилитационных центрах, о социальных проблемах пенсионеров, инвалидов, матерей-одиночек, социально незащищенных слоях населения; социальный срез проблем наркомании и беспризорников, БОМЖей и т.п.;

б) дороги, транспорт, связь, жилищно-коммунальное хозяйство;

в) образование, наука – информация о деятельности образовательных институтов (министерство образования, ВУЗы, ССУЗы, школы, альтернативные образовательные учреждения, научные учреждения); выступления деятелей науки и образования, общественности, учителей по проблемам функционирования научной и образовательной системы;

г) здравоохранение – информация о деятельности институтов здравоохранения, о проблемах функционирования системы здравоохранения; выступления специалистов, экспертов и общественности по теме;

д) семья, воспитание – информация о проблемах воспитания детей, проблемы семьи, темы «родители – дети», «родители – школа», «школа – ученики», насилие в семье, проблемы детей и подростков.

11. Вооруженные силы – информация о проблемах российской армии и флота, выступления военной элиты и военнослужащих.

12. Закон и порядок – информация о функционировании и реформировании судебной системы, о проблемах пенитенциарной системы; выступления общественных деятелей, политиков и самих субъектов сферы, а также письма граждан и читателей по названным проблемам.

13. Внутренние силовые ведомства – система МВД, МЧС, ГИБДД; информация о функционировании и проблемах милиции, отношения

«милиция, ГИБДД - общество»: выступления по проблемам представителей ведомств, читательские отклики, письма.

14. Культура, искусство, СМИ – информация о событиях культурной жизни (спектакли, премьеры, выставки, концерты; события и деятельность СМИ и т.д.), рецензии, отзывы, развернутые анонсы, интервью, выступления общественных деятелей и деятелей культуры и искусства, ученых о проблемах культуры.

15. Этнические проблемы – проблемы сохранения и развития этнической культуры, этническая дискриминация, информация о деятельности общественных институтов (Дом дружбы народов, национальных общин и землячеств, национальных движений, национальных музеев), выступления общественных деятелей, деятелей культуры и науки по проблемам этнической культуры, выживания и консолидации этнической общности. Языковые проблемы – информация, касающаяся проблем функционирования, сохранения и развития русского языка и языков народов РФ; языки в системе образования.

16. Религия – информация о положении религии в государстве, проблемах религиозных общин, религии и общества, религия и образование, религия и школа; выступления религиозных и общественных деятелей, читателей по религиозной тематике.

17. Спорт – вся информация о спортивных событиях, проблемах спорта и спортсменов; выступления политиков, общественных деятелей, экспертов, спортсменов и общественности о спорте.

18. Развлекательная тематика – анекдоты, фельетоны, рубрики для детей, гороскопы, курьезные случаи. Рассказы, детективы, стихи.

19. Полезные советы – кулинарные рецепты, советы о здоровье, красоте, мода, домашнее хозяйство и т.д.

20. Криминальные новости – информация о происшествиях, преступлениях в стране и за рубежом и т. д.

21. Другое

Заполнение Карточек 2

1. Карточка 1 и Карточка 2 должны заполняться одновременно для того, чтобы не прочитывать материал два раза. Как только кодировщик обнаружил статью, содержащую информацию о «Другом», отметив ее в Карточке 1, он переходит к Карточке 2.

2. В заглавии Карточки 2 кодировщик вписывает название издания и код региона.

3. Для каждой статьи в Карточке 2 заполняется отдельная строка.

4. В столбец «Код темы» кодировщик отмечает код темы, отмеченной в Карточке 1. Так, если сообщение о «Другом» появилось под рубрикой «Юмор», должен быть вписан код 18 (Развлекательная тематика).

5. В столбец «Номер» заносится номер выхода издания, также отмеченный в Карточке 1.

6. В столбец «Название материала» записывается название статьи.

7. В столбец «Объем» отмечается код позиции по кодификатору I «Объем текста». Позиция определяется из простого определения «на глаз» кодировщиком площади газетной или журнальной публикации (А 4 — обычный лист бумаги, А 5 — половина этого листа, А 6 — одна четверть).

8. В столбце «Заголовки» отмечается код позиции по кодификатору II «Заголовки».

В случае отсутствия заголовка отмечается код «0». Заголовок статьи считается нейтральным, если в нем нет оценочных суждений. Толерантный заголовок представляет собой позитивные высказывания о «Другом» и о происходящем. Интолерантный заголовок, напротив, содержит негативную оценку «Другого» и происходящих событий и явлений.

Примеры:

«0» — любые письма читателей в отдельных рубриках «Читатель-газета», информация из новостной колонки и пр.,

«1» — «Верующие собрались на площади»,

«2» — «ГАИ поправит, если что не так»,

«3» — «В Татарстане нет межнациональной терпимости».

9. В столбце «Баланс / Дисбаланс» отмечаются коды кодификатора III «Баланс-Дисбаланс». Под сбалансированностью понимается многообразие источников информации, наличие различных точек зрения и непредвзятость в их освещении (позиция 1). Под дисбалансом понимаются остальные позиции кодификатора (с 2 по 5).

10. В столбце «О/П» (основная тема – побочная тема) фиксируется то, какое место тема «Другого» занимает в данном материале. Если статья в целом посвящена обсуждению «Другого», то ставится код 1 (см. кодификатор IV), если тема «Другого» является не центральной, периферийной, то ставится код 2. Например, тема переселенцев может быть побочной при обсуждении проблем муниципального жилья.

11. В столбце «Автор» отмечается код позиции по кодификатору V «Авторство материала».

Внимание! Кодировщик должен внимательно отнестись к позициям 4 и 5 кодификатора, т.к. одно и то же лицо может быть одновременно пред-

ставителем властных структур и общественным или партийным деятелем. Выбор должен быть определен при анализе позиционирования автора. Например, если автор статьи Геннадий Селезнев, и при этом позиционируется его партийная принадлежность, то здесь нужно отмечать код «5» — общественный или партийный деятель. Если же он репрезентирует себя как спикер Государственной Думы, то тогда нужно отметить код «4» — представитель властных структур. В любом случае выбор должен строиться не на основе личных взглядов кодировщика, а с учетом обозначенной в тексте позиции, на которой основывается автор при изложении материала. Позиция «б» кодификатора IV обозначает авторство материалов, составленных в рамках официальных структур или официальных информационных агентств и не содержащих подписи автора. В качестве примера данного типа авторства можно указать следующие подписи под материалом «По данным Госкомстата», «Татинформ», «По материалам Министерства социального обеспечения» и пр.

12. В столбцы «За кого? (МЫ)» и «Против кого? (ОНИ)» должны быть вписаны те группы людей, о которых идет речь в материале. Если автор текста идентифицирует себя с определенной группой людей и выступает от ее имени в защиту ее интересов, то эта группа должна вписываться в столбец «МЫ». Если автор статьи противопоставляет себя и ту группу, от имени которой он выступает, другой группе людей, то последняя должна быть обозначена в столбце «ОНИ». Внимание! Возможен такой вариант, что автор статьи не противопоставляет группы, а излагает интересы и сочувствует проблемам обеих групп. В этом случае обе группы отмечаются в столбце «МЫ».

13. В столбцы «КОД «МЫ»» и «КОД «ОНИ»» вносятся коды тех групп, которые обозначены соответственно в столбцах «За кого? (МЫ)» и «Против кого? (ОНИ)». Код групп содержится в кодификаторе VIII для групп «МЫ» / «ОНИ». При кодировании важно основываться на позициях, данных в тексте. В случае, когда речь идет о партийных и общественных деятелях, одновременно являющихся представителями властных структур, важно различать, в каком качестве они позиционируются в материале и, исходя из этого, присваивать соответствующий код. Это также справедливо для позиций 202, 203, 204. Например, если наркоманы представляются как люди, с отклоняющимся поведением, «способные на преступления» и «разлагающие устой общества», то тогда

должен быть присвоен код «202» — девиантная группа. Если наркоманы позиционированы как часть криминального сообщества и речь идет о конкретных убийствах, грабежах или наркомафии как таковой, то должен быть присвоен код «203» — криминальная группа. В том случае, если наркоман репрезентируется как социально незащищенный и нуждающийся в медицинской, психологической помощи и реабилитации человек, то тогда следует отметить код «204» — незащищенные группы. Также следует различать, когда речь идет о пенсионерах, ветеранах как социальной группе, имеющей право на социальную защиту и пр. (код «2043»), или о них как о представителях определенной возрастной группы пожилых людей (код «14»). Не все существующие группы были занесены в кодификатор. Если какая-то группа в нем зафиксирована, например, марийцы, то следует поставить код 2001, в случае, если анализируются издания, выходящие в Республике Марий Эл, или код 2002, в случае других изданий. Внимание! В случае выделения нескольких групп «Мы» или «ОНИ», заносятся несколько соответствующих им кодов.

14. В столбцах «Кр/О (Мы)» и «Кр/О (ОНИ)» фиксируется значение переменной «Критерий оценки» этих групп, в соответствии с кодификатором IX. Кодификатор представляет набор дихотомических характеристик, в соответствии с которыми в текстах СМИ наиболее часто производится оценка отдельных людей или в целом социальных групп. В случае если в тексте представлены оценочные высказывания, относящиеся к нескольким критериям, в карточку записываются все соответствующие им коды. Если же в медиатексте не даны оценочные суждения в отношении Мы или ОНИ-групп, то в этом случае соответствующие столбцы не заполняются.

15. В столбец «Тональность материала» заносятся соответствующие коды из одноименного кодификатора VI. Позиции с 1 по 5 представляют собой континуум от «ликования» к противоположной характеристике текста «гневу», тогда как позиции 6, 7 и 8 находятся вне этой диспозиции. Тональность материала определяется по качественным характеристикам текста, особо следует обращать внимание на обороты, метафоры, сравнения и пр.

16. В столбец «Способ обоснования» заносятся коды по кодификатору VII «Способ обосно-

вания (легитимации)». Выбор того или иного кода должен происходить после определения того, на основе каких идеологий, идей или представлений строится рационализация текста, делаются выводы, или, напротив, на основе каких представлений происходит отказ от рационализации. Кодировщик должен выработать в себе чувствительность к идеологическому фону материала. Он не должен принимать на веру высказывания в тексте, а, напротив, обнаружив их, рассмотреть, на основе каких идей эти высказывания строятся. Важно отметить, что позиции кодификатора с 4 по 7 являются частными случаями позиции 3.

Дополнения к эмпирическому обоснованию инструментария

Исходя из того, что предложены иные подходы к мониторингу текста СМИ в рамках заданной темы, акцентируем внимание на исходных принципах разработанной нами методики:

1. Принцип минимизации субъективности позиции исследователя и кодировщиков (идти от данных поля, а не от исследовательских установок).
2. Принцип учета региональных особенностей наблюдаемых СМИ и социального контекста.
3. Принцип ориентации на сферы социальной идентификации участников коммуникации, а не на традиционную рубрикацию и тематику изданий (См. Карточку 1).
4. Принцип приоритетности изучения стратегии издания над анализом отдельных текстов и высказываний.
5. Принцип эргономичности инструментария для кодировщика и исследователя и минимизации финансовых затрат на работу кодировщика.

Пояснения.

Для соблюдения первых двух принципов вводится понятие «Другого», которое не сводится к понятию «ОНИ». «ОНИ» — это частный случай «Другого», установка на противопоставление, отторжение «Другого». «Другой» — более широкое понятие, включающее в себя кроме «ОНИ», и возможность раскрытия «Мы». «Мы» — «ОНИ» — это уже противопоставление, которое, будучи исходной позицией исследователя, может расцениваться как его предвзятость.

Наш инструментарий позволяет охарактеризовать общий фон, на котором проявляется интолерантность в текстах и зафиксировать ее удельный вес среди всех публикаций о «Другом». При интерпретации данных это позволяет ответить не только на вопросы о субъектах и формах интолерантности, но и на вопросы о том, какова степень интолерантности, каковы доминирующие сферы ее проявления в медиа-дискурсе, как это обусловлено стратегией конкретных изданий.

Многолетние включенные наблюдения свидетельствуют о том, что региональное информационное поле отличается от информационного поля столичных мегаполисов. Можно выделить следующие различия:

А) несовпадение осей интолерантности и разные их представления в публичной сфере: в информационном поле мегаполисов «Другие» гораздо чаще предстают как «ОНИ» через призму интолерантности;

Б) различия конфигурации ангажированности СМИ.

В предлагаемой методике сбор материала не разбивается на два этапа, как это заложено в питерском проекте: заполнение кодировщиком формуляра с выписыванием цитат, и их последующая классификация вне контекста (методика которой в проекте не представлена). Наша методика мониторинга предполагает один этап кодировки, что снижает субъективность анализа, минимизирует временные и финансовые затраты. Кодификатор и карточки максимально разделены друг от друга (включение кодов и расшифровка позиций, на наш взгляд, утяжеляет инструментарий). Все необходимые рекомендации и примеры представлены в инструкции (т.к. включение примеров в сам инструментарий задает кодировщику установку на фиксацию однотипных параметров текста и ограничивает его селективные возможности).

Собственно анализ высказываний и лексем (вариант Мальковой - Чепкиной) рассматривается нами как очередной модуль качественного этапа мониторинга, что продуктивно при экспертной

оценке наиболее характерных и конфликтных интолерантных публикаций.

Презентация результатов и рекомендации по их использованию

Предлагаемая методика мониторинга, как нам представляется, достаточна для проведения исследования как общероссийских, так и региональных СМИ и учета специфики каждого. Инструментарий обладает определенной степенью универсальности и при некоторой модификации позволяет фиксировать содержание и стратегии изданий, значимые с точки зрения не только исследования толерантности, но и других смежных тем (исследований презентаций различных социальных проблем, журналистского профессионализма; исследований стратегий косвенной рекламы, инкорпорирования новых аудиторий и пр.).

Инструментарий предоставляет возможность ручной обработки данных, но наиболее эффективным, на наш взгляд, является компьютерный анализ статистически значимого количества материалов прессы. Это дает возможность сопоставления данных на различных подвыборках и использования корреляционных статистик.

Результаты мониторинга с использованием данной методики можно будет адресовать не только журналистскому сообществу, но и государственным органам, определенным ведомствам и общественным организациям.

Еще одно немаловажное обстоятельство. Включение в анализ «социальных детерминант» помогает выявить позицию государства и, тем самым, в действительности обеспечить единый стандарт (который является одним из принципов гражданского общества) для всех субъектов, участвующих в продуцировании толерантных / интолерантных установок в сфере массового сознания.

На основе предположения о том, что различным типам источников региональной общественно-массовой печати России (на примере ее отдельных регионов), локализовавшим себя в идеологическом дискурсе, свойственен вполне определенный набор идеологий по проблеме толерантности-интолерантности, возможно формулирование ряда рекомендаций, адресованных субъектам информационной политики.

Карточка 3. Сравнительный анализ изданий

Название издания	Регион	Тип издания	Доля материалов о «Других» (в %)	Сбалансированность материалов о «Других»	Тональность материалов о «Других»	Доминирующий тип материала о «Других»	Доминирующий способ обоснования о «Других»

Выводы: выявляется зависимость между типом издания или регионом и его репрезентацией «Другого».

VII. Способ обоснования (легитимации):
 1. в кодах доминирующей идеологии (легитимация государства и существующего порядка)
 2. в кодах контридеологии (оппозиция существующему порядку и власти, негативное отношение)
 21. негативное отношение власти как таковой
 22. негативное отношение к центральной и поддержке региональной власти
 23. негативное отношение к региональной и поддержке центральной власти
 3. в терминах здравого смысла, соседнего знания и общепринятых ценностей и взглядов (которая является той же идеологией, но политически не идентифицируемой). Подразумевается, что высказываемые мнения свойственны большинству людей, т.е. происходит апелляция к массовому сознанию.
 4. основанный на представлении о гендерных различиях
 5. основанный на представлении о богатых и бедных
 6. основанный на расовых, этнических или национальных старостипах
 7. основанный на представлении о возрастных различиях
 8. идеологическая составляющая обоснования не прочитывается

VIII. Код-фактор для групп «МЫ» «Они»

80. Целевые социальные сообщества

81. россияне
82. американцы
83. европейцы
84. китаицы
85. арабы
86. Черная Африка
87. афроамериканцы
88. латиноамериканцы
89. другие

90. Региональные сообщества (территориальная принадлежность)

91. уровень региона (Дальний Восток, Северо-Западный округ и др.)
92. уровень республики или области (Татарстанцы и пр.)
93. уровень города (нагорские, себуржуи, мусичи, казахи и др.)
94. уровень села или района

100. Город – село (статусные различия)

1001. столичные жители
1002. горожане
1003. сельчане

200. Социальные группы

201. профессиональные
202. девиантные
203. криминальные
204. маргинальные
- 204.1. люди, живущие на пособия
- 204.2. безработные
- 204.3. пенсионеры
- 204.4. освобожденные из мест заключения
- 204.5. осужденные и находящиеся под следствием
- 204.6. лица с ограниченными физическими возможностями
- 204.7. лица с ограниченными умственными возможностями
- 204.8. бездомные

300. Религиозные группы

301. православные
302. католики
303. протестанты
304. мусульмане
305. буддисты
306. иудеи
307. язычники
308. сторонники сект и нетрадиционных религий (кришнаиты и пр.)

0. Гендерные группы

1. женщины
2. мужчины

10. Возрастные группы

11. взрослые
12. дети
13. подростки, молодежь
14. старики, пенсионеры как пожилые люди

20. Группы различных сексуальных ориентаций

21. доминирующая группа
22. гомосексуалы-мужчины
23. гомосексуалы-женщины (лесбиянки)
24. прочие сексуальные ориентации (зоофилия, трансфилия и пр.)

30. Группы, различные по материальному положению

31. олигархи, государственная или хозяйственная номенклатура
32. богатые
33. средний класс
34. бедные
35. боляки, нищие

40. Классы

41. Рабочие
42. Крестьяне
43. «Белые воротнички»
44. Элита, высший класс

50. Группы власти

51. Власть побеле, чиновники как слой
52. властные центральные структуры
53. властные региональные структуры
54. местная власть (городская, районная, сельская)
55. силовые структуры (армия, МВД и пр.)
56. судебная власть

60. Группы гражданского общества

61. партии, общественные движения
62. свободные, незарегистрированные и вчерашние ассоциации и группы людей
63. экстремальные, радикальные
64. группировки (нацеленные на насилие)

70. Группы, возникающие в результате рыночных отношений

71. производители товаров и услуг
72. продавцы товаров и услуг
73. потребители товаров и услуг

VIII. Кодификатор для групп «Мы»: «Они»

0. Гендерные группы:

1. женщины
2. мужчины

10. Возрастные группы:

11. взрослые
12. дети
13. подростки, молодежь
14. старики, пенсионеры как пожилые люди

20. Группы различных сексуальных ориентаций

21. доминирующая группа
22. гомосексуалы-мужчины
23. гомосексуалы-женщины (лесбиянки)
24. прочие сексуальные ориентации (зоофилиям, некрофилиям и пр.)

30. Группы, различные по материальному положению

31. олигохми, государь: высший или хозяйственная номенклатура
32. богатые
33. средний класс
34. бедные
35. божьи, нищие

40. Классы

41. Рабочие
42. «Фрестяйя»
43. «Белые воротнички»
44. Элиты, высший класс

50. Группы власти

51. Власть вообще, чиновники как слой
52. властные центральные структуры
53. властные региональные структуры
54. местная власть (городская, районная, сельская)
55. силовые структуры (армия, МВД и пр.)
56. судебная власть

60. Группы враждебного общества

61. партии, общественные движения
62. свободные, незарегистрированные и временные ассоциации и группы людей
63. экстремальные, радикальные группировки (нацеленные на насилие)

70. Группы, возникающие в результате рыночных отношений

71. производители товаров и услуг
72. продавцы товаров и услуг
73. потребители товаров и услуг

80. Цивилизационные сообщества

81. россияне
82. американцы
83. европейцы
84. китайцы
85. арабы
86. Черная Африка
87. афроамериканцы
88. латиноамериканцы
89. другие

90. Региональные сообщества (территориальная принадлежность)

91. урская область (Дальний Восток, Северо-Западный округ и др.)
92. Уровня республики или области (названия и пр.)
93. уровень города (Новгородцы, петербуржцы, москвичи, казанцы и др.)
94. урочи: села или района

100. Город – село (статусные различия)

1001. столичные жители
1002. горожане
1003. сельчане

200. Социальные группы

201. профессиональные
202. дефицитные
203. криминальные
204. национные
2041. поджившие на пособии
2042. Безработные
2043. Пенсионеры
2044. освобожденные из мест заключения
2045. осужденные и находящиеся под следствием
2046. Лица с ограниченными физическими возможностями
2047. Лица с ограниченными умственными возможностями
2048. Бездомные

300. Религиозные группы

301. православные
302. католики
303. протестанты
304. мусульмане
305. буддисты
306. иудеисты
307. язычники
308. сторонники сект и нетрадиционных религий (кришнаиты и пр.)

500. Группы по признаку «перемещенка»

501. Беженцы
502. Мигранты из других регионов
5031. титульного этноса
5032. не титульного этноса
5033. «кавказцы»
5034. из Средней Азии
5035. из Дальнего зарубежья (вьетнамцы, китайцы)
503. мигранты из села и малых городов в крупные города
504. местные жители

308. сторонники сект и нетрадиционных религий (кришнаиты и пр.)

309. аттеисты, неверующие
310. другие.

400. Этнические группы

401. титульный этнос
402. нетитульный этнос
4021. евреи
4022. чеченцы
4023. другие народы Северного Кавказа «кавказцы»
4024. народы Средней Азии

IX. Кодификатор для критерия оценки Мы и Они – группы

1. хороший / плохой
2. добрый / злой
3. умный / глупый
4. красивый / уродливый
5. сильный / слабый
6. чистый / грязный
7. вежливый / грубый
8. добродетельный / агрессивный
9. честный, справедливый / нечестный, несправедливый
10. эффективный / неэффективный
11. ответственный / безответственный
12. полезный / вредный
13. действующий, рабочий / бездействующий, ленивый
14. законопослушный / преступный
15. свободный, раскрепощенный / несвободный, азжатый
16. свой, близкий, понятный / чужой, далекий, скрытый, смутный
17. другое

Примечания

- ¹ См.: Berger P., Luckmann T. *The Social Construction of Reality, A Treatise on Sociology of Knowledge*. New York: Doubleday, 1967.
- ² См.: Большой энциклопедический словарь / Под ред. А. М. Прохорова. М., СПб., 2000. С.1209; Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М., 2000. С.701.
- ³ См.: Психология: Словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. В. Ярошевского. М., 1990. С.401-402.
- ⁴ См.: Тишков В. А. О толерантности // Толерантность и согласие. Москва, 1997. С. 20-21.
- ⁵ См.: Дробижина Л. М. Толерантность и рост этнического самосознания: пределы совместимости // Толерантность и согласие. Москва, 1997. С. 63.
- ⁶ Федеральная целевая программа «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе // Век толерантности: Научно-публицистический вестник. М., 2001. № 2. С.17.
- ⁷ См.: Роль прессы в формировании в России гражданского общества. М., 1999. А также: многочисленные публикации Фонда защиты гласности в издательстве «Права человека».
- ⁸ См.: Bourdieu P. *The Field of cultural Production*. Polity Press, 1993; Bourdieu P. *Distinction. The Social Critique of the Judgment of Taste*. Polity Press, 1989.
- ⁹ См.: Hall S. Notes on Deconstructing "the Popular". In: Storey J. (ed.) *Cultural Theory and Popular Culture. A Reader*. Prentice Hall, 1998. Pp. 442-453.
- ¹⁰ См. характеристику таких способов, как легитимация, сокрытие, унификация, фрагментация и реификация в: Thompson J. B. *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Polity Press, 1996. Pp. 60-67.
- ¹¹ Тишков В. А. О толерантности. С. 21.
- ¹² См.: Средства массовой информации России. М., 2001.
- ¹³ См., к примеру: Засурский И. Масс-медиа второй республики. М., 1999; его же: Реконструкция России: Масс-медиа и политика в 90-е годы. М., 2001.
- ¹⁴ Тишков В. А. О толерантности // Толерантность и согласие. М., 1997. С. 17.
- ¹⁵ Lasswell H., Leites N., *Language of Politics*. New York, 1949; Ядов В. А. Методология и процедуры социологических исследований. Тарту, 1968. С. 180.
- ¹⁶ Федотова Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001. С. 54.

**Lilia Sagitova, Ekaterina Khodzhaeva,
Svetlana Shaikhidinova, Sergei Erofeev**

**«Other» in Mass Media: Cultural Diversity or Ideological Opposition?
(Experience in Methods of Clearing up Tolerance / Intolerance in the Press)**

This article was written by a group of specialists from Kazan, on the project called «*Working up the methods and mechanisms of the monitoring of mass media*». This took place in frames of the federal program «*Forming of Tolerant Minds and Preventive Measures against Extremism in Russian Society (2001-2005)*». It is the result that the Kazan group received from their work. Readers can find information about the purposes of their work, theoretical bases and concrete mechanisms, that the authors produced.

