

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

***Фортунова Мария Геннадиевна***

Выпускная квалификационная работа

***Информационные факторы формирования конфликтогенных этнических стереотипов в России и на постсоветском пространстве***

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

**ВМ.5589.2017 «Социология»**

Научный руководитель:

доцент кафедры

 социологии и политических социальных процессов

кандидат социологических наук

С.Д. Савин

Рецензент:

кандидат социологических наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский

государственный технологический институт

(технический университет)»

О.В. Васина

Санкт-Петербург

2019

**Содержание**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Введение | 3 |
| Глава 1. | Этнические стереотипы как объект изучения этносоциологии | 10 |
|  | 1.1. | Сущность и свойства этнического стереотипа | 10 |
|  | 1.2. | Этнические стереотипы в массовой информации | 16 |
| Глава 2. | Этнополитические факторы в информационном пространстве | 24 |
|  | 2.1. | Информационные воздействия как фактор этнополитической напряженности | 24 |
|  | 2.2. | Конфликтогенная роль средств массовой информации в формировании этнополитического сознания | 33 |
| Глава 3. | Информационные факторы формирования конфликтогенных этнических стереотипов на примере российских печатных СМИ | 49 |
|  | 3.1. | Трансляция событий на Украине в 2014-2015 гг. и их интерпретация в российской центральной прессе | 49 |
|  | 3.2. | Формирование в СМИ взаимных агрессивных стереотипов | 61 |
| Заключение | 72 |
| Список литературы | 76 |

**Введение**

**Актуальность темы исследования.** Кризис советской национальной политики, распад СССР и усиление центробежных тенденций в России обусловили необходимость выявления причин сложившейся ситуации и поиска новых концепций национальной политики. В 1990-е годы начался новый этап в изучении национальных отношений. Попытки социально-политической и экономической модернизации в условиях центробежных тенденций привели к резкой актуализации национальной тематики, которую можно расценить как своеобразную реакцию на осуществляемые перемены. Одной из серьезнейших проблем современного общества по-прежнему является активизация и политизация межнациональных отношений, обострение межнациональных противоречий и рост числа конфликтов на этнической почве как в России, так и на постсоветском пространстве. Этнический фактор становится основой формирования конфликтности в современном мире, а повышение толерантности граждан, для любой страны, особенно такой многонациональной, как Россия, становится важнейшей задачей.

После распада Советского Союза особенно актуальным стал вопрос принципиального пересмотра теории и практики национальных отношений как в России, так и на постсоветском пространстве. Именно в это время особенно начало проявляться национальное самосознание, стремление народов, проживающих на территории России, сохранить язык и традиции.

С другой стороны, возросшее количество средств массовой коммуникации, каналов передачи информации, ее источников и потребителей привело к появлению особого информационно-коммуникационного пространства. И параллельно с этим этничность политизируется и в большей мере используется средствами массовой информации (СМИ) или политическими деятелями в качестве инструмента для достижения определенных целей отдельных групп. Особенно это стало характерно для многонациональных регионов. Информационная политика стала направленна на "дегуманизацию" и "демонизацию" этнического противника. Современные СМИ являются одним из главных механизмов формирования этнического сознания, зачастую конструируя искусственную социальную реальность. В зависимости от различной социально-политической ситуации СМИ могут выступать не только в роли посредника в диалоге, но и в роли консолидатора общества, просветителя и т.д. Известно, что в практике СМИ сегодня широко используются методы подсознательного воздействия, когда отношение общества к тем или иным явлениям окружающего мира формируется с помощью стереотипных представлений, внедряемых в поток новостей, автоматически вызывая в массовом сознании либо положительную, либо отрицательную реакцию на конкретное событие. Ряд исследователей наделяют СМИ полномочиями «четвертой власти», которая в эпоху глобальных информационных технологий (особенно электронных) может стать реальным пространством, реализующим любой общественно-политический процесс. Не стала исключением и область государственной политики в снижении национальной конфликтогенности современного общества.

Рассмотрение вопросов, связанных с формированием в массовом сознании негативных стереотипов этнического характера является важной научно-практической задачей, обусловленной возросшей ролью в жизни современного общества таких явлений, как этничность и средства массовой информации. Приходится констатировать, что не в полной мере определены и изучены факторы воздействия информации на межэтнические предубеждения. В совокупности, эти аргументы обусловили выбор темы, а также постановку целей и задач исследования.

**Степень научной разработанности проблемы.** Проблемы воздействия информационно-коммуникационных технологий на управление социальными, политическими процессами нашли отражение в работах как отечественных, так и зарубежных ученых. Лишь на рубеже веков появились первые работы этнологов (В. К. Мальковой, В. А.Тишкова), политологов (М.А. Аствацатуровой, М. В. Савва), социальных психологов (А.А. Леонтьева, Е.В. Харитоновой), правозащитников (А.М. Верховского, Л.Н. Макеевой). В современных российских исследованиях средства массовой информации сложился особый пласт работ, который посвящен роли СМИ в отражении этнокультурных, этноконфессиональных, этнополитических процессов. Большинство исследователей, взявших на себя труд изучения распространения ксенофобии в СМИ, акцентировали свое внимание на выявлении печатных изданий, наиболее подверженных недугу национализма и шовинизма; на выяснении средств воздействия на массовое сознание; на определении способов манипулирования общественным мнением, на соответствии содержания тех или иных публикаций действующему законодательству и этическим нормам. Выделение роли СМИ в отражении межэтнических противоречий, а также в диагностике межэтнической напряженности составляет особое направление исследований у В.А. Тишкова, Р.Г. Абдулатипова, Л.М. Дробижевой, В.И. Мукомеля, В.А. Авксентьева. В основу разработки феномена «этнической журналистики» положены фундаментальные труды B.К. Мальковой, которая развивает этнологию средства массовой информации. Исследованию подвергались эффекты внушающего воздействия СМИ в контексте стереотипизирования массового этнического сознания. Выделялись формы внушения: прямые, косвенные, преднамеренные и непреднамеренные (Г.С. Мельник). Находясь в определённой взаимозависимости и, как правило, проистекая друг из друга, данные темы задают конфликтогенную тональность информационных потоков, формируя конфликтогенное стереотипное поле. Существенную роль в развитии этноконфликтологии сыграли разработки научно-исследовательских групп: Центра конфликтологии ИС РАН (рук. Е.И.Степанов); Института социально-политических исследований (рук. В.Н. Иванова); ЦИМО (рук. М.Н. Губогло), Института этнологии и антропологии РАН (В.А.Тишков) которые были объединены в сеть этнополитического мониторинга в рамках международного проекта «Урегулирование этнополитических конфликтов в постсоветских государствах». Большинство исследователей, взявших на себя труд изучения распространения ксенофобии в СМИ, акцентировали свое внимание на выявлении печатных изданий, наиболее подверженных недугу национализма и шовинизма; на определении способов манипулирования общественным мнением, на соответствии содержания тех или иных публикаций действующему законодательству и этическим нормам. Практически все монографии и отдельные статьи содержат те или иные рекомендации, направленные на оптимизацию подачи этнических материалов в СМИ.

**Объект исследования** – информационные социальные коммуникации как средства формирования этнических стереотипов агрессивного содержания.

**Предмет:** механизмы и технологии целенаправленного формирования этнополитического массового сознания при помощи СМИ.

**Цель** диссертационного исследования заключается в выявлении информационных факторов, лежащих в основе формирования конфликтогенных этнических стереотипов в массовом сознании. Достижение данной цели предполагает решение ряда исследовательских задач:

- изучить содержание базовых для исследования теоретических понятий «этнический стереотип», «этническая группа», «этническая идентичность»;

-проанализировать этнические стереотипы в массовой информации;

-проанализировать информационные воздействия как фактор этнополитической напряженности;

-выявить основные формы и методы конструирования и тиражирования стереотипов и образов в прессе; выявить, какими приемами манипулирования располагает пресса для утверждения в общественном сознании конфликтогенных этнических стереотипов;

-доказать конфликтогенную роль средств массовой информации в формировании этнополитического сознания.

***Основная гипотеза.*** Предполагается, что средства массовой информации в России зачастую сознательно неадекватно освещают, конструируют и распространяют в массовом сознании различные формы этничности.

Частная гипотеза состоит в предположении, что существуют определенные информационные приемы, используемые в средствах массовой информации, которые могут выполнять потенциально негативную роль, провоцируя враждебные эмоции, намеренно искажая этнополитические и этнокультурные процессы, тем самым выстраивая конфликтогенное стереотипное поле и формируя определенные этнические стереотипы.

**Теоретико-методологическую** базу исследования составили идеи и выводы зарубежных и отечественных ученых в области социологии, этнополитических процессов, а также смежных научных дисциплин —конфликтологии и психологии. Теоретическую основу исследования составили: наследие классиков политической науки, этноконфликтологии, труды ведущих отечественных и зарубежных ученых, занимающихся этническими проблемами современности, в том числе, научные работы по теории этносимволизма и конструктивизма. Для более осмысленного понимания функции и особенностей стереотипов применялась концепция социальной установки. Информационно-коммуникативное пространство с его иформационными факторами воздействия рассматривалось исходя из коммуникативной теории. Кроме того в работе были использованы методологические принципы и подходы: междисциплинарный подход, общеметодологические методы сравнения, анализа и синтеза, использование разнообразных методов сбора и обработки материалов.

При исследовании материалов печатных СМИ использовался обзорный и сплошной методы анализа публикаций, интент-анализ.

**Эмпирическую** базу исследования составили результаты интент-анализа материалов центральных печатных изданий и Интернет-ресурсов, в которых отражаются стереотипные представления о представителях различного этноса.

Наряду с интент-анализом прессы приведены материалы с экспертными оценками ученых и социологов (на сновании вторичных данных по исследуемой проблематике). Приведенные материалы подвергались внешнему анализу, а именно: изучался контекст документа, его авторство и цель публикации.

**Научная апробация диссертации.** Основные положения диссертационного исследования были представлены в научных сообщениях на следующих конференциях и конкурсах:

II Международная молодежная мультидисциплинарная научно-практическая конференция «Вклад современных молодых ученых в науку будущего», г. Ростов-на-Дону, 2016; Всероссийский конкурс научно-исследовательских работ «Современные тенденции развития науки в молодежной среде», Елец, 16-20 апреля 2016 г.; Труд молодежи в XXI веке: вызовы и возможности. Диалог поколений. Петербургский международный молодежный форум труда — 2017, Санкт-Петербург, 14 марта 2017 г.

Результаты исследований изложены в 7 научных публикациях автора.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. В первой главе рассматриваются сущность и свойства этнического стереотипа, механизмы его возникновения, приводятся научные подходы к изучению этничности, анализируется проявление этнических стереотипов в массовой информации. Вторая глава посвящена вопросу информационного воздействия на массовое сознание и роли средств массовой информации в формировании этнополитического сознания. В третьей главе описаны процедуры эмпирического исследования и результаты экспертного анализа. В Заключении обобщается теоретический и практический материал, излагаются ключевые выводы диссертационной работы.

**Глава 1. Этнические стереотипы как объект изучения этносоциологии.**

* 1. **Сущность и свойства этнического стереотипа.**

В повседневной жизни понятие «стереотип» употребляется довольно часто как синоним слов «шаблон» или «стандарт». Термин «стереотип» был введен в научный оборот У. Липпманом как особая форма восприятия окружающего мира. В работе «Общественное мнение» он определяет стереотип как «упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки» мира в «голове» человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права»[[1]](#footnote-1). Стереотип, по У. Липпману, возникает на основе восприятия, не связанного с прямым опытом: – нам говорят о мире до того, как мы его увидим.

Принято считать, что стереотип – это обязательно негативная характеристика, однако это не всегда так. Многие исследователи стереотипов сходятся во мнении, что стереотипы как психологические явления крайне многообразны и должны рассматриваться как системы понятий с их позитивными и негативными функциями, обладающими теми же самыми типами свойств, что и другие понятия, и служащими для организации опыта подобно другим понятиям. Например, есть позитивные стереотипы о том, что японцы крайне трудолюбивы, бразильцы хорошо играют в футбол, а немцы очень педантичны. Таким образом, стереотипы о представителях тех или иных этнических группах базируются на совокупности фактов, а иногда и вымыслах, имеющие обобщенный смысл. Однако культурные и этнические стереотипы опасны тем, что предоставляют готовую почву для суждений о представителях других этнических групп. Так, стереотип о том, что все русские любят водку, а все эстонцы – медленные, хоть и не соответствуют действительности, но выступают препятствием эффективному межкультурному взаимодействию. Этнические стереотипы часто подкрепляются и даже создаются средствами массовой информации, искусством (литература и кино) и рекламой.

Среди современных авторов, занимающихся разными аспектами анализа этнополитики и национальной политики, наибольшей известностью пользуются работы Ф. Барта[[2]](#footnote-2), Р. Брубейкера[[3]](#footnote-3), Э. Геллнера[[4]](#footnote-4), М. Манна[[5]](#footnote-5), Э. Смита[[6]](#footnote-6). Работы этих исследователей содержат не только анализ основных понятий, относящихся к данной теме, но и подробное описание проблемных ситуаций, возникающих межнациональных отношений и этнических конфликтов в разных странах мира.

Этнические исследования имеют несколько подходов к изучению этничности, следовательно, к пониманию процессов, необходимых для формирования идентичности. Данные исследования переосмысляют связи между коллективной памятью и этнической принадлежностью. Наиболее известными моделями являются примордиалистские, конструктивистские и инструменталистские подходы. Для примордиалистов память является неотъемлемой частью этнической идентификации; этнос – это неизменное и изначальное, его признаки неизменны[[7]](#footnote-7). У промордиалистов члены этноса - по рождению, "по крови", важно воспитание и усвоенные норм этноса. Для конструктивистов историческая память и идентичность служат как часть особых усилий, принимающиеся для специального воздействия на этнос, который подвижен и гибок[[8]](#footnote-8). В конструктивизме нация рассматривается как социальная конструкция, не имеющая реальных исторических или культурных корней. В инструменталистском представлении об этничности воспоминания выбираются и отрицаются, реализуются в соответствии с интересами и целями людей, а сама этничность рассматривается как инструмент культуры[[9]](#footnote-9).

По мнению Э. Смита, еще в доиндустриальную эпоху возникло множество этнических сообществ («этний»), представлявших собой население с общими историческими воспоминаниями, мифами о предках и определенным чувством солидарности. Поскольку мифы, символы, воспоминания и ценности являются медленно меняющимися элементами культуры, то этнические сообщества были долговечны, а некоторые из них перешли в новую фазу культурной и экономической интеграции, оказались связаны с определенной исторической территорией, выработали собственные законы и обычаи, то есть стали нациями[[10]](#footnote-10). Такой подход (этносимволистский подход) Смит определяет следующим образом: «Для этносимволиста национализм черпает свою силу из мифов, воспоминаний, традиций и символов этнического наследия и этнических преданий; и это народное живое прошлое становится и может стать в будущем основой для открытия и переинтерпретации его модернистской интеллигенцией»[[11]](#footnote-11).

Этничность – явление всеобщее, сложное и неоднозначное. Она сыграла огромную роль в человеческой истории, в становлении общества и государства и сохраняет своё значение и в современном мире. По данным этнологов, в мире существует до 5 тысяч этнических групп, которые потенциально готовы заявить о своих правах на самоопределение и образование государства.

С другой стороны, когда в 70-8- гг. ХХ столетия этнические проблемы активно заявили о себе, такой феномен, как этничность приобрел множество толкований, был актуализирован, причем важным фактором актуализации этничности стали средства массой информации. Социологами, социальными и культурными антропологами были предложены новые теории этничности. Дж. Ротшильд[[12]](#footnote-12), Д. Хоровиц[[13]](#footnote-13), Р. Брасс[[14]](#footnote-14) понимают этничность, как средство достижения целей, мобилизации в политической борьбе, а этническую солидарность усиливают желаемые экономические и социальные цели.

В отечественной науке наибольшее распространение получили представления об этносе, сформулированные Ю.А. Бромлеем. Согласно данным представлениям, этносы характеризуются определенными собственно этническими свойствами (язык, культура, этническое самосознание, закрепленное в самоназвании), но эти свойства формируются только в соответствующих условиях - территориальных, природных, социально-экономических, государственно-правовых. Бромлей был одним из авторов широко распространенной в советской науке концепции закономерности развития этноса из племени в народность и, далее, в нацию. Направление его исследований сопряжено с инструментальным пониманиями этничности, обеспечивающими этническую мобилизацию и солидаризацию в формате этнополитических процессов[[15]](#footnote-15).

В. А. Тишков, с начала 1990-х годов активно отстаивающий позиции конструктивизма, предлагает следующее определение: «Этничность утверждает себя вполне определенно как устойчивая совокупность поведенческих норм или социально-нормативной культуры, которая поддерживается определенными кругами внутриэтнической информационной структуры (языковые, родственные или другие контакты)»[[16]](#footnote-16). Конструктивистского понимания феномена этничности придерживается и Л.М. Дробижева: «Характер отношения между людьми различных национальностей социологи оценивают путем изучения межэтнических установок – готовности к общению с людьми иной этнической принадлежностью в различных сферах: деловой, соседской, дружеской, семейной…барометр межэтнических отношений – этнические стеореотипы»[[17]](#footnote-17).

Каждая из вышеперечисленных концепций обладает своими преимуществами, общий их недостаток заключается в том, что авторы, анализируя конкретные проявления этничности, предлагают слишком узкие схемы, которые не работают на других примерах. Современное же обществознание придерживается позиции, согласно которой в трактовке этничности обстоятельный анализ требует интеграции всех подходов.

В связи с изменением социальной структуры общества видоизменяются формы межэтнического общения: актуализируется национальное сознание, меняются интересы, появляются взаимные симпатии и антипатии, меняется мнение и отношение к другим национальностям, что влечет за собой появление новых этнических стереотипов. Стереотипные представления не только облегчают отношения, упрощая выбор модели поведения в процессе коммуникации с представителями другой этносоциальной общности, но и порой усложняют их, вызывают реакцию отторжения и способны подтолкнуть представителей некоренных национальностей к акциям гражданского неповиновения с перспективой их перерастания в мощные сепаратистские движения или межнациональные конфликты.

На современном этапе развития науки тема содержания и особенностей проявления этнических стереотипов изучена недостаточно. Многими авторами отмечается, как проблема, слабость прогноза эффективности совместной деятельности представителей разных этнических групп, обоснованность психодиагностических средств и т.д. В науке существуют различные подходы к изучению и освещению этностереотипов. Так, В. П. Трусов и А. С. Филиппов определяют этнические стереотипы как обобщения о представителях различных этнических групп, характеризующиеся повышенной эмоциональной устойчивостью, но не всегда адекватно отражающие реальные черты стереотипизируемой группы[[18]](#footnote-18). При определении этнического стереотипа Ю. В. Бромлей использует понятие обыденного сознания, отмечая, что оно обладает этнической спецификой: «это прежде всего относится к так называемым «значениям» − стереотипам, фиксирующим типичные для членов этноса понятия, знания, умения, нормы поведения. По мнению А.К. Байбурина, этнические стереотипы являются неотъемлемой частью общественного сознания и самосознания представителей этноса, проявляются в условиях контакта с представителями других этносов и выполняют защитную функцию по отношению к своеобразию духовной культуры[[19]](#footnote-19). По мнению А.Г. Асмолова, этнические стереотипы – индивидуальные нерефлексируемые способы быстрого решения проблем межэтнического общения на основе этнической стереотипизации, а также функционально-ролевые качества личности в этнической группе, ее социотипическая характеристика[[20]](#footnote-20). А.В. Дмитриев считает, что этнический стереотип - довольно четко фиксированная установка на восприятие и оценка поведения именно таких групп как диаспоры и землячества[[21]](#footnote-21).

Таким образом, этностереотипы представляют собой сформированные в этническом самосознании представления, которые передают устойчивый образ того или иного явления, присущего данной этнической группе. Но в определенной степени они могут изменяться в зависимости от социальных, политических или экономических преобразований общества. Возможности изменения этнических стереотипов связаны с критическим отношением к собственной этнической группе, к изжившим себя и мешающим прогрессу явлениям и сторонам жизни. Активное межэтническое общение в процессе совместной деятельности также может разрушать этнические стереотипы.

Этнические стереотипы имеют разный механизм возникновения, закрепления и проявления, в соответствии с которым их можно разделить на две группы. По мнению С. В. Гладких, первая группа стереотипов (этнические стереотипы поведения) формировалась на протяжении многих столетий, они перешли в ранг мифологизированных и являются устойчивыми, не поддающимися культурным изменениям. Вторая группа стереотипов (этнические стереотипы мышления) формируется стихийно в процессе межкультурной коммуникации, этнических столкновений, с помощью средств массовой коммуникации; они являются подвижными, изменчивым[[22]](#footnote-22). Стереотипы первой группы представляют собой жестко фиксированные образования, не подвергающиеся влиянию внешних воздействий. Вторая группа стереотипов формируется под воздействием культурных, политических и экономических факторов, характеризующих условия бытования этнической группы. Те этнические стереотипы, которые навязываются индивиду средствами массовой информации, с целью воздействия на этнос, весьма изменчивы и динамичны. Этнические стереотипы подразделяются на – автостереотипы и гетеростереотипы. Автостереотипы – это мнения, суждения, оценки, относимые к данной этнической общности ее представителями. Гетеростереотипы – совокупность оценочных суждений о других народах представителями данной этнической общности.

Этнические стереотипы – исторически сложившиеся внешние или собственные представления о менталитете и стандартном поведении представителей того или иного этноса. Но основное противоречие в том, что с одной стороны этнические стереотипы транслируют этнические ценности народов, а с другой стороны могут стать основанием для предрассудков, актуализировать межэтническую напряженность, послужить толчком для разжигания этнической вражды, вплоть до проявления ксенофобии. Недаром У. Липман и его последователи называли стереотипы предрассудками, которые как раз составляют движущие силы ксенофобии, расизма и шовинизма[[23]](#footnote-23). Таким образом, существуют достаточные причины для понимания сути межнациональных конфликтов через изучение природы стереотипов. В современной этнополитологии, этносоциологии и социальной психологии явления, связываемые с проявлениями ксенофобии характеризуются в четких аналитических определениях (этноцентризм, этнические стереотипы и предубеждения, межгрупповой конфликт, социальная нетерпимость и т.д.), при этом для них характерен ряд общих черт[[24]](#footnote-24). Следует учесть факт того, что ксенофобия есть один из результатов экстремизма, т.к. она является выражением конфликтной ситуации, на провоцирование которой обращена деятельность экстремистских сил. Ксенофобия – один из главных ограничителей возможностей профилактики и противодействия экстремизму, ввиду того, что стереотипы ксенофобии, носящие массовый характер, обладают латентной инерцией и имеют возможность воспроизводиться без пропагандистского воздействия экстремистских сил. «…В связи с тем, что в основном указанные процессы протекают в ключе этноцентризма, зачастую этнические конфликты провоцируются ксенофобскими установками, выплеск фрустрирующей энергии происходит через них. Ярким примером такого развития событий является ситуация на Украине, в которой задача конструирования национальной истории «без России» заставила активно внедрять в массовое сознание ряд мифологем об историческом противостоянии русских и украинцев. Что закономерно привело к расколу по этническому принципу, росту социально-политической напряженности и масштабному этнополитическому конфликту в Юго-Восточной Украине»[[25]](#footnote-25).

* 1. **Этнические стереотипы в массовой информации.**

Влияние СМИ на общественное сознание носит тотальный харак­тер. Через телевидение, радио, газеты, Интернет СМИ получают возможность воздействовать как на широкую ауди­торию, так и на каждого человека в отдельности. Общественное мнение, правила хорошего тона, манеры поведения, мода, реакция на те или иные события - все это формируется институтами массо­вой коммуникации, которые, опираясь на достижения научно-тех­нического прогресса и детальное знание человеческой психологии, способны создавать "вторую реальность" общественного бытия. Бо­лее того, СМИ не только канализируют поведение человека, но и привязывают его к себе, вызывая в нем потребность в просмотре телепрограмм или чтении печатных изданий.

Проистекающие на постсоветском пространстве этнополитические конфликты наглядно демонстрируют применение противобор­ствующими сторонами обоих способов внушения в целях дальней­шей актуализации противостояния. Г.С. Мельником отмечается, что эффективность внушения определяется не только субъективны­ми техническими и психологическими факторами, но и объектив­ными культурными и социально-политическими реалиями. То есть, при всей мощи современных СМИ, одних их усилий будет недоста­точно для создания атмосферы напряженности. Необходимы, пусть даже минимальные, конфликтогенные ситуации, которые приобре­тали бы при помощи масс-медиа критическую масштабность и ос­троту.

Этнические образы, идеи, стереотипы в материалах СМИ нередко имеют эмоционально-нормативную окраску, что особенно возбуждает у людей такие чувства, как этническое достоинство, гордость, обида, страхи. С помощью этнической информации, позитивной, нейтральной или негативной, в СМИ формируются этнические образы, идеи и ценности, а также стереотипы, отражающие этническую идентичность того или иного народа. Конструирование этнической идентичности в СМИ в большинстве случаев является целенаправленной деятельностью, проводимой в интересах определенных этнополитических лидеров и движений.

Говоря о приемах внушения СМИ в контексте этнополитических конфликтов, в первую очередь нужно сказать, о создании «резонанса, суть которого заключается в том, что эксплуатируется предрасположенность аудитории остро реагировать на расовые, этнические, религиозные ситуации»[[26]](#footnote-26). Велика роль прессы в формировании образа этноврага, который впоследствии используется для обострения межнациональных отношений вплоть до развязывания вооруженного противостояния. Накануне и в ходе этнополитических конфликтов СМИ заполняются нервозной и конфронтирующей информацией, взывающей в основном к чувствам и эмоциям читателей, а не к их разуму.

На основе анализа отечественных и зарубежных разработок в области СМИ делается вывод о том, что «в секуляризованном обществе средства массовой информации (СМИ) не столько сообщают о последних событиях в мире, сколько задают общий настрой, тонус жизни, ценностно-смысловую ориентацию»[[27]](#footnote-27). В результате этого формируются достаточно устойчивые стереотипы национального превосходства или нацио­нальной неадекватности в отношении других этносов. Г.С. Мельником была раскрыта механика создания посред­ством масс-медиа образа этнического врага: «…в основе механизма заложена идея дегуманизации. Враг представляется непохожим на вас - он другой национальности, вида, умственных способностей; кроме того он агрессивен, и от него нужно защищаться»[[28]](#footnote-28).

Конструирование этнических образов и идей, в целом этническая деятельность СМИ существенно отличались в разные исторические периоды. Условно их можно разделить на три периода:

Первый период: конец ХIX – начало ХХ вв. Это время полного доминирования в прессе официальной российской идентичности. Периодика распространяла гражданские и этнические ценности, связанные с православной верой, а также идеи защиты отечества и патриотизма в годы военных баталий. На протяжении всего этого периода в русской журналистике и публицистике были поставлены и проанализированы вопросы: об отношении новой России к старой, допетровской; об изучении национального характера русского народа; о согласовании самобытного народного развития с необходимостью заимствовать достижения европейских народов и даже подражать им; об отношении к «инородцам» в российской империи; об отношении России к Западной Европе; об определении образа России и русского народа, а также других народов, населявших российскую империю. Разнообразные этнографические и этнополитические материалы способствовали развитию феномена сначала русской, а затем российской этнической идентичности. Особый вклад в этом отношении принадлежит журналам «Московский журнал» М.Н. Карамзина, «Сын отечества» Н.И. Греча, «Телескоп» Н.И. Надеждина, «Полярная звезда» А.А. Бестужева и К.Ф. Рылеева. В журналистике появляются особые этнические стереотипы и мифы.

Второй период: 1917-1991 гг. – советский. В это время СМИ активно формируют общесоветскую идентичность, а в национальных регионах также локальную. Основным направлением становится пропаганда интернационализма, декларативно уравнивавшего все советские народы и их интересы, с выделением «старшего брата» – русского народа – для всех остальных. Массовое этническое сознание подчинено идеологии и политике партии, идеологические ценности важнее этнических. Общими ценностями для всех становятся родина – государство, революционное прошлое, социалистический строй, партия и советская власть, коллективный труд во имя нового будущего. Но в то же время в рамках национальной политики создаются республики СССР с собственной партийной структурой и достаточно выраженной национальной политикой (льготы при поступлении в вузы, формирование управленческих кадров, национальной интеллигенции, местных СМИ). В РСФСР такого не было и «старший брат» оказался со временем в более ущемленном положении.

Третий период: с 1990-х гг. по настоящее время. Этот период можно охарактеризовать как время расцвета этнической журналистики, с этапами ее резкой политизации, с очевидным замедлением процесса конструирования общероссийской идентичности и резкой интенсификацией процесса формирования гражданско-республиканской, этнической и религиозной идентичностей в национальных регионах России. Проведенные реформы по сохранению целостности государства не привели к положительному решению этого вопроса. В 1990-1992 гг., получив автономии, многие народности, населяющие территории бывшего СССР, получили свою государственность и приняли декларации о суверенитете. Основная часть национальных элит расценило это как путь к выходу из российского государства. В сложившейся ситуации федеральный центр 12 декабря 1993 принимает Конституцию Российской Федерации, по которой все 89 равноправных субъектов Федерации существуют в рамках единого правового государства – образовалась договорная федерация. Конституция упростила наименованиях субъектов, теперь в них отсутствует этническая компонента: «национально-государственный», «национально-территориальный». Согласно статьи 65 Конституции закреплены названия и статус 85 субъектов РФ: 22 республики, 4 автономных округа, 1 автономная область, 46 областей и 3 города федерального значения. Но решение вопросов, связанных с федеративным устройством в части уравновешивания прав субъектов федерации не решены до сих пор. Поэтому в ряде регионов сохраняется национальная напряженность, основная причина которой, по мнению отечественных и зарубежных исследователей, состоит в пограничном расположении нашей страны (на стыке двух типов цивилизаций – западной (христианской) и восточной (исламской)). Одной из главных составляющих процесса распада Советского Союза являются конфликты на национальной почве. Попытки создания постсоветских государств под эгидой соблюдения этнического самоопределения народов оказались неудачными, правящих режимы выбрали неэффективную политику по отношению к национальным меньшинствам. У новых руководителей бывших советских республик не получилось уважительного диалога с представителями национальных меньшинств. Попытки привлечь лидеров новых государств к пропорциональному участию в центральных органах власти оказались неудачными. Казалось, полностью нейтрализованные коммунистическим режимом национальные и религиозные предрассудки, в период распада СССР не просто проявили себя, но и значительно увеличили свой потенциал, стимулируя развитие острых конфликтных ситуаций.

«Разрушение этнокультурной символической среды всех народов СССР, длившееся все 70 лет советской власти, стало важнейшей причиной этнической мобилизации в союзных республиках, первичным мотивом формирования национальных движений, впоследствии принимавших деятельное участие в дезинтеграции Советского Союза»[[29]](#footnote-29) Реалии общественно-политической жизни на постсоветском пространстве не могли не наложить серьёзный отпечаток на развитие этнической социологии. Фактически обозначилась тенденция к формированию самостоятельного направления - социологии этнополитических конфликтов, которое взяло на себя решение задач по прогнозированию, отслеживанию, профилактике и мониторингу межнациональных противостояний. Новая дисциплина включилась в процессы урегулирования многочисленных этнополитических конфликтов, что сразу придало ей значительный прикладной характер. История постсоветского пространства демонстрирует четкую взаимосвязь между этноцентричной пропагандой СМИ и межнациональными конфликтами.

И в первый, и во второй периоды внимание привлекают идеи и ценности общероссийской идентичности, целенаправленно использовавшиеся журналистикой для формирования этнического и гражданского самосознания. Можно говорить о функции объединения граждан страны на основе идей и ценностей общероссийской идентичности.

Таким образом, можно сделать вывод, что этничность – это динамичное явление, с различной суммой основных структурных элементов-маркеров, которые могут меняться в зависимости от деятельности и интересов управляющих элит. Эти элиты, с помощью системы пропаганды, в том числе и СМИ, целенаправленно создают, конструируют общественные представления о принадлежности людей к своей этнической (или гражданской) общности, о солидарности ее членов, о важнейших групповых этнических (или гражданских) ценностях и символах. Таким образом, мы рассматриваем конструирование этничности и этнической идентичности в СМИ как процесс создания и распространения в массовом сознании знаний и представлений о своей и других этнических группах и их этнических образах, об их взаимодействии, о своих и других интересах и стратегиях, ценностях и символах, о своей этнической или гражданской общности, о ее территории, государственности, истории, культуре, лидерах, традициях и т.д. Деятельность СМИ по конструированию этничности рассматривается как целенаправленная и проводимая в интересах определенных этнополитических групп. В то же время конструирование этнических образов и идей, в целом этническая деятельность СМИ существенно отличается в разные исторические периоды.

**Глава 2. Этнополитические факторы в информационном пространстве.**

**2.1. Информационные воздействия как фактор этнополитической напряженности.**

Современная социология имеет в своем распоряжении обширный категориальный аппарат, помогающий понимать и интерпретировать факторы межэтнической напряженности в изменяющихся обществах. Опыт изучения разных ситуаций дает основания считать каждый конфликт, каждый факт межэтнической напряженности имеющим собственные причины и поводы. В настоящее время, стремительно возросшее значение информационных потоков создают новые условия возникновения и развертывания различных форм этнополитической напряженности.

Получаемая через СМИ информация отличается оперативностью, мобильностью, доступностью и включает не только фотографическое освещение тех или иных фактов, но также их комментирование и оценку. В этом плане СМИ являются пространством, в котором и с помощью которого реализуется любой политический процесс. Принятая еще в 1978 году Декларация ЮНЕСКО о вкладе СМИ в укрепление мира и международного взаимопонимания обязывает к следующему: «Средства информации, распространяя сведения об идеалах, стремлениях, культуре и потребностях всех народов, способствуют ликвидации невежества и непонимания между ними, обеспечению уважения прав и достоинств всех наций, всех народов и всех лиц независимо от расы, пола, языка, религии или национальности»[[30]](#footnote-30).

В период трансформационных процессов после распада СССР особенно актуальным встал вопрос фундаментального пересмотра теории и практики национальных отношений в стране. Именно в это время особенно возросло национальное самосознание, стремление народов России сохранить язык и традиции. Но параллельно с этим этничность политизируется и в большей мере используется СМИ или политиками в качестве инструмента для достижения определенных целей отдельных групп. Особенно это широко используется в многонациональных регионах. В последние десятилетия через российские и мировые СМИ большим потоком в массовое сознание передается так называемая этническая информация. «Всплеск этнических чувств, ставший одной из важных причин дезинтеграции в национально-государственной сфере в нашей стране, – это процесс «возвращения к этничности», который в ХХ в. пережили многие народы и государства. Процесс резкого усиления значения этнического фактора в структуре идентификации совпал по времени с рядом кардинальных изменений в экономической, политической, социальной и культурной жизни. В этих условиях этничность оказалась вовлеченной в новую для себя сферу – сферу практической политики»[[31]](#footnote-31).

«Этническая информация, передаваемая СМИ, не только формирует массовые представления людей в области межнациональных отношений, но и воспитывает в людях отношение к своей этнической общности, к своему этническому или национальному достоинству… Толерантное или конфликтное освещение этничности в СМИ - проблема актуальная как для науки, так и для практики. От «правильной» деятельности СМИ в этой области зависит спокойствие, взаимотерпимость и взаимопонимание людей разных рас, национальностей и конфессий, живущих в многонациональной России»[[32]](#footnote-32).

Этническая информация в прессе - это прежде всего упоминания в публикациях о народах и странах, о национальных или этнических обычаях и ценностях. Это, конечно, и безграничное поле этнической политики и межэтнического взаимодействия, это и информация об этнической экономике, о спорте и медицине, педагогике и других сферах общественной жизни. Но, кроме этого, этничность в СМИ - это еще и очень трудноуловимые явления, связанные с этнической психологией людей: чувствами, эмоциями, представлениями. Этническая информация - спокойная или гневная, сочувствующая или осуждающая - может быть позитивной и толерантной, нейтральной или конфликтной.

Непосредственное соприкосновение СМИ и этничности, согласно Мальковой В.К. происходит по нескольким каналам.

1. Функционирование самих "этнических" каналов СМИ (федеральных, региональных, СМИ этнических диаспор и меньшинств).

2. Аудитория "этнических" СМИ (этнический состав и интересы многонациональной аудитории отдельно прессы, радио и ТВ в разных регионах России).

3. Собственно этническая информация, ее содержание и направленность, а также потенциальный эффект, который зависит и от позиции федеральных и региональных идеологов, представленности в СМИ различных этносов, особенностей этнической проблематики, особенности и акценты в подаче политической, экономической, культурной этнической информации; распространение через СМИ этнических стереотипов (образы русских и россиян; образы титульных этносов и республик; образы этнических меньшинств в российской прессе; и т.д.

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

5. Правовые основы и нормы этнической журналистики (отсутствуют

 реальные механизмы для регулирования толерантной деятельности

 журналистов).

«Обладая возможностями, многократно превосходящими любые

индивидуальные и групповые ресурсы, государство формирует «повестку дня», транслирует (посредством школы и СМИ) легитимную национальную (государственную) культуру…»[[33]](#footnote-33).

История последних десятилетий на постсоветском пространстве наглядно показывает, что взаимосвязь этничности и СМИ в разных социально-политических ситуациях зачастую создает острейшие проблемы

в обществе, усиливая межэтническую напряженность.

Каковы же механизмы передачи этничности в массовое сознание?

Еще раз подчеркнем, что, рассказывая своим читателям, слушателям и зрителям о расовом, этническом и конфессиональном многообразии общества, толерантный журналист должен с большой осторожностью использовать в тексте этнические стереотипы, идеи, мифы, лексемы, особенно негативные.

Каковы же темы так называемых этнических публикаций, которые наиболее часто встречаются в последние годы в российской прессе:

1. Прежде всего, журналисты любят подавать, и читатели с интересом воспринимают информацию об этнокультурном развитии этносов, о том, как живут современные народы. Если это не тревожная и не раздражающая информация, то она, конечно, очень полезна. Она информирует и просвещает людей, развлекает, порой организовывает... Здесь же обсуждаются проблемы этногенеза, рассказывается о том, откуда произошел каждый народ. Но именно здесь журналист может сделать много ошибок, потому что он, как правило, опирается на научные исследования, которые иногда бывают политизированы и тенденциозны. Вообще, проблема этногенеза любого народа - это очень серьезная вещь, и журналистам лучше от нее отходить подальше, поскольку массовое сознание, с которым они работают, - это не поле для научных дискуссий, тем более на такие болезненные для нашего общества темы, как этничность. А происхождение и развитие народа-этноса - это очень благодатная почва для возбуждения национальных (этнических) чувств. И с этим нашей прессе надо быть очень осторожным. Но, кроме проблем этногенеза, в прессе нередко обсуждаются и проблемы этнической демографии, проблемы этнического возрождения титульных этносов в республиках, проблемы русского и других народов... То есть все, что связано с этнокультурным состоянием современных этносов.

2. Затрагиваются проблемы межэтнических отношений в регионах, в том числе, проблемы этнических меньшинств, проблемы этнических мигрантов и принимающих этносов, проблемы взаимоотношений и приоритетов этнических культур. Это очень конфликтная тема. Каждый раз, когда журналист обращается к этим вопросам, он должен быть максимально внимательным и толерантным.

3. Горячие межэтнические конфликты (Чечня, Украина и др. горячие точки). Эти темы в последнее время стали значительно реже освещаться на страницах наших газет.

4. Проблемы этнического криминала. В современных российских СМИ фиксируется масса сообщений о криминале, окрашенном этничностью. Рассказывая об отдельных криминальных случаях, участником которых был представитель той или иной национальности, журналисты, как правило, делают негативные обобщения обо всех представителях данной этнической группы.

5. Взаимоотношения республик или других субъектов Федерации с федеральным центром - это еще одна очень большая тема, в которой также надо быть осторожным. Во многих регионах бывает некоторое противостояние местных элит с федеральным центром. Кто здесь прав, кто виноват - очень сложно судить, потому что ситуации бывают конкретные и в каждом случае свои. А журналисты, нередко подталкиваемые политиками, встают на сторону "своих", также не всегда разбираясь, кто прав, кто виноват. И это означает, что именно журналисты, использующие и в данном случае этнорегиональный фактор, подчеркивая его, возбуждают массовые этнические чувства людей, инициируют (или поддерживают) массовое недовольство против центральной власти, а не обсуждают саму проблему. Нужно быть осторожными, упоминая о противоречиях между местными и федеральными властями, смотреть в суть проблемы, а не на этнические различия участников споров.

6. Еще одна огромная тема, она также важна для всех, и очень активно освещается, особенно в центральной прессе, - это обсуждение проблем национал-экстремизма и различных этнических фобий. Скинхеды, фашизм, шовинизм, разные мигрантофобии, антисемитизм и их проявления в реальной жизни - основные обсуждающиеся на страницах прессы сюжеты в этой группе. Следует обратить внимание журналистов, которые пишут на эту тему, на необходимость проявлять сугубую осторожность при обсуждении различных фобий и национал-экстремистских тем. Здесь важно не только разобраться в самом вопросе и правильно (с толерантных позиций) осветить факты, но и не давать трибуну так называемым "идеологам" национал-фашизма, даже, якобы, обсуждая и осуждая их позиции. Это одна из распространенных ошибок некоторых российских изданий. То же относится и к публикациям некоторых писем читателей. Отдельные из них нельзя цитировать дословно, так как нередко именно так и происходит передача определенных интолерантных этнических идей и образов в массовое сознание.

7. Еще одна важная тема - освещение этноконфессиональных проблем. Когда речь идет о церкви, о разных конфессиях, то здесь чаще всего смысл разговора переносится и на этничность. И это тоже очень конфликтная тема, особенно потому, что сейчас усилилось соперничество между разными конфессиями. Нередко представители разных религий обижаются: нам меньше уделяют внимания, нас реже показывают по телевидению, реже строят наши культовые сооружения... Задача журналистов здесь - стараться не противопоставлять в своих материалах представителей разных конфессий. То есть, освещая подобные проблемы, нередко сопряженные с политикой, а также с межрелигиозным и межэтническим миром в регионе, тоже нужно быть осторожным.

 Как видим, перечисленные выше этнические проблемы, освещаемые современной российской прессой, так же, как и многие другие, не упомянутые здесь, свидетельствуют о взрывоопасности подобной информации для полиэтничного (многонационального) населения России, где бы это не происходило: в Екатеринбурге, в Чечне или в Москве. Каждая из перечисленных тем содержит в себе огромный потенциал и этнической толерантности, и конфликтности. И журналист, содействующий становлению гражданского общества в России, независимо от политических подсказок и подталкиваний, описывая подобные сюжеты, всегда должен помнить о созидательном или разрушительном потенциале своих публикаций и четко осознавать свою гражданскую позицию.

 Кто же такие авторы, освещающие в СМИ проблемы этничности? Мы составляем базы данных на тех журналистов, которые в разных регионах пишут об этнических проблемах, и чаще всего в наших семинарах принимают участие именно эти люди. Для них специально готовятся пособия, с ними ведутся беседы, и они сами рассказывают нам о том, какие темы их интересуют и почему. Но наши исследования показывают, что кроме журналистов, авторами многих публикаций являются и другие интеллектуалы. Это ученые, политики, это общественные деятели, чаще всего - представители гуманитарной интеллигенции. В российских регионах журналисты пишут об этничности гораздо реже, чем местные политики, главным образом - "первые лица". В республиках "первые лица" очень любят рассуждать на эти темы, в частности в своих торжественных праздничных докладах. Поэтому мы можем специально говорить не только о журналистах, но и о других идеологах, авторах материалов средств массовой информации, освещающих проблемы этничности.

Говоря об авторах этнической информации в нашей прессе, то есть о тех людях, кто способствует формированию массовых этнических представлений россиян, важно сказать о некоторых профессиональных и этических рамках их деятельности. Разумеется, их деятельность должна способствовать формированию гуманных представлений и установок у людей, в том числе и в сфере межэтнических отношений. Безусловно, необходимо улучшить нашу законодательную базу и заставить ее работать. Но должен быть и какой-то общественно-профессиональный экспертный контроль, не поощряющий появление этноконфликтных публикаций в СМИ. Не только у нас в стране, но и во многих зарубежных странах эта проблема тоже очень серьезна, и, насколько нам известно, в разных странах существуют некоторые сдерживающие механизмы, осуждающие журналистов, выступающих с этноконфликтными публикациями. Например, в Италии существуют Советы журналистских сообществ, где провинившегося журналиста коллеги буквально отлучают от того, чтобы он писал на эту тему, на определенный срок - полгода или год. То есть, сам Совет журналистов запрещает это делать. И это не цензура, а определенный общественный механизм регулирования. Во многих средствах массовой информации, в том числе и у нас в России, существуют так называемые кодексы профессиональной этики. У нас есть и общий российский Кодекс профессиональной этики журналиста, принятый в 1994 году, который, увы, не работает, т.к. скорее всего просто не актуализирован. И это надо сделать непременно, подтвердив и обновив многие его позиции уже в новых условиях.

Каковы же наиболее часто встречающиеся информационные факторы при освещении этнополитической ситуации. К ним можно отнести:

- неполные или неточные факты, включая вопросы, связанные с представлением о возникновении проблемы и истории конфликта;

- посторонние факты/группы фактов;

- нежелательное обнародование информации, которая может оскорбить ценности одной из сторон, нарушить конфиденциальность и оставить неприятные воспоминания;

- недооценка фактов и их значения; подозрение в умышленном сокрытии фактов;

- невольная дезинформация;

- ненадежность экспертов, свидетелей, источников информации или данных, включая спорные результаты экспертизы и вопросы, касающиеся новых неопробованных технологий, а также неточность переводов и сообщений средств массовой информации;

- слухи;

- вопросы "лучшего доказательства";

- вопросы количеств;

- вопросы качества;

- произвольная интерпретация использованного языка, особенно выражений типа: "по оценкам", "приблизительно", "около", "значительно", "существенно", "намеренно", "достаточно", "много", "чрезмерно", "слишком много", "приемлемость", "всеобщее согласие", "довольно честный", "достаточно точный" и т.д.;

- ценность авторитетных источников;

- спорные вопросы законодательства, политики/доктрины, правил, порядка действий, стереотипов, практики.

«Говоря о роли информационного воздействия в этнополитическом конфликте, представляется полезным привести пример гражданской войны в Югославии, когда летом 1997 года мирный процесс в Боснии находился под угрозой срыва. Дипломатия и угрозы военного вмешательства были не в состоянии переломить ситуацию. На телеканалах, контролируемых сербскими националистами, международные силы по поддержанию мира все чаще именовались «оккупантами». Например, изображения НАТОвских танков перемежались архивными материалами времен Второй мировой войны, показывающими нацистскую оккупацию. В результате напряженность росла. Тем не менее, международные силы решили пресечь нежелательную пропаганду с помощью военной техники. Через несколько недель международные силы по поддержанию мира в Боснии заняли важнейшие центры теле- и радиовещания с целью вытеснить из эфира самых злостных нарушителей. Однако на парламентских выборах, которые вскоре прошли в Боснийско-сербской республике, крайние националисты удержали свои позиции, хотя трансляция их шовинистической пропаганды была существенно ограничена»[[34]](#footnote-34).

Подобное принудительное вмешательство в деятельность СМИ во время этнополитических конфликтов и противостояний не является новой. Рост современных электронных СМИ, интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий ускорили процессы создания комплексных информационных систем, задача которых сводится к урегулированию или, по крайней мере, трансформации конфликтов путем сочетания политических и военных мер. Многими исследователями стратегии «информационного вмешательства» было предложено даже создать при ООН отдельную организационную структуру по этнополитическим конфликтам, которая бы решала основные задачи:

* отслеживала бы характер информации, которую получает население в кризисных регионах,
* вела бы передачи, направленные на пропаганду мира,
* пресекало бы выход радио- и телепередач, ведущие пропаганду войны и разжигание ненависти.

**2.2. Конфликтогенная роль средств массовой информации в формировании этнополитического сознания.**

Мощный конфликтогенный потенциал СМИ в этническом контексте осознан сравнительно недавно и изучен явно недостаточно. В конце прошлого столетия, когда советское и постсоветское пространство потрясали разрушительные межэтнические конфликты, роль СМИ как эффективного средства этнической мобилизации стала вполне очевидной. Исследователи, изучающие вопросы ксенофобии в СМИ, акцентировали свое внимание на выявлении печатных изданий, наиболее подверженных недугу национализма и шовинизма; на выяснении средств воздействия на массовое сознание; на определении способов манипулирования общественным мнением, на соответствии содержания тех или иных публикаций действующему законодательству и этическим нормам. Практически все монографии и отдельные статьи содержат те или иные рекомендации, направленные на оптимизацию подачи этнических материалов в СМИ. К механизмам передачи этничности в массовое сознание В.К. Малькова относит следующее:

 1. Констатация фактов о жизни этносов, их культуре, экономике, политике. (Например, "татарские школьники начали изучать свою историю по новым учебникам»).

2. Создание и распространение этнических образов и стереотипов, как позитивных, так и негативных путем публикации интенций, содержащих обобщения о чертах «национального» характера или «культурных» особенностях образа жизни и поведения представителей различных этнокультурных групп. (Например, "американцы - малообразованные, самодовольные люди", "французы легкомысленные", "русские люди ленивы и простодушны").

3. Конструирование этнических идей, иногда подчеркивающих пользу или вред "нам" со стороны "других". (Например, "что немцу здорово, то русскому – смерть»).

 4. Мифология о прошлом, настоящем и будущем "нас" и "их", о "наших" и "их" интересах и их защите. (Например, "Наш этнос издавна живет на этих землях, поэтому мы должны иметь льготы и преимущества").

5. Толерантная или интолерантная лексика, содержащаяся в этнической информации, в том числе, в заголовках публикаций (например, конфликтные лексемы: "чеченские бандиты", "афганские террористы" однозначно навязывают негативный стереотип.

6. Изобразительные средства - рисунки, фотографии, карикатуры с этнической тематикой[[35]](#footnote-35).

Л.М. Дробижева пишет: «…средства массовой информации транслируют об опасных явлениях в обществе – появлении неофашистских групп, ультранациональной символики. Не говорить об этом нельзя, но надо понимать, что такие сообщения сеют страхи, фрустрации среди населения, взаимные опасения…надо не только регулярно проводить экспертизу печатных изданий и радио-телетрансляций с целью выявления публикаций, стимулирующих этническую и религиозную нетерпимость, … но и проводить мониторинг распространения позитивных идей толерантности…»[[36]](#footnote-36).

Определенный интерес представляют собой разработанные НИИ Проблем укрепления законности и правопорядка Генеральной прокуратуры РФ «Методические рекомендации по использованию специальных познаний по делам и материалам о нарушении средствами массовой информации национального, расового и религиозного равноправия». К числу главных признаков пропаганды национальной, расовой или религиозной исключительности, нетерпимости, вражды, авторы рекомендаций относят:

* формирование и подкрепление негативного этнического стереотипа, образа нации;
* перенос различного рода негативных характеристик и пороков с отдельных представителей на всю этническую группу;
* приписывание всем представителям этнической группы следования древним обычаям, верованиям, традициям, негативно оцениваемым современной культурой;
* утверждение о природном превосходстве одной нации и неполноценности или порочности другой;
* приписывание враждебных действий и опасных намерений одной нации против другой;
* возложение вины и ответственности за деяния отдельных представителей на всю этническую группу;
* утверждения об изначальной враждебности определенной нации;
* утверждения о полярной противоположности и несовместимости интересов данной этнической группы с интересами другой;
* утверждение о наличии заговора, тайных планов одной национальной группы против другой;
* объяснение бедствий и неблагополучия в прошлом, настоящем и будущем существованием целенаправленной деятельности определенных этнических групп;
* побуждения к действиям против какой-либо нации;
* поощрение, оправдание геноцида, депортации, репрессий в отношении представителей какой-либо нации;
* требования вытеснения из различных сфер деятельности лиц определенной национальности;
* требования ограничить права и свободы граждан или создавать привилегии по национальному признаку;
* угрозы и подстрекательства к насильственным действиям в отношении лиц определенной национальности[[37]](#footnote-37). В контексте оптимизации управленческого воздействия на СМИ, провоцирующих конфликтогенные этнические стереотипы, представляется целесообразным анализ технических приемов и способов воздействия на массовое сознание, которые используют журналисты для создания негативных образов тех или иных этнокультурных групп или их отдельных представителей. Выяснение особенностей манипулирования общественным сознанием особенно полезно для дискредитации сочинений недобросовестных журналистов.

Механизмы манипулирования сознанием читательской аудитории описаны в целом ряде специальных исследований. Т.А. ван Дейка демонстрирует способы создания в прессе негативных этнических стереотипов[[38]](#footnote-38), а именно:

• Сверхобобщение: аспекты единичного опыта событий принимаются за обобщенную модель поведения всех членов данной этнической группы или всех этнически маркированных социальных ситуаций.

• Приведение примера: общие свойства, приписанные группе превращаются в частные для отдельного индивида.

• Расширение или транспозиция: отрицательный характер в одной области распространяется на все другие признаки их носителей.

• Атрибуция свойств: объединение отрицательных моделей и навязывание их реципиенту.

Вопросы этноконфликтогенности печатных материалов рассмотрены и в работах социальных психологов A.A. Леонтьева[[39]](#footnote-39) и А.Д. Леонтьева, приводящих перечень психолингвистических характеристик текстов СМИ, наличие которых косвенным образом может свидетельствовать о присутствии в тексте нарушений национального (этнического), расового или религиозного (конфессионального) равноправия. Леонтьевы обобщают «классические» приемы манипулирования массовым сознанием, описанные другими западными исследователями. Суть их сводится к следующему[[40]](#footnote-40):

* + «Наклеивание ярлыков» (обозначение события или действующего лица словом или выражением, изначально содержащим в себе негативный или, напротив, позитивный оттенок (например, «чеченские сепаратисты»).
	+ «Анонимный источник» («стало известно содержание одного секретного документа», «по информации высокопоставленных источников из силовых структур»).
	+ «Общий вагон» (подборка фраз, мнений, высказываний и суждений, побуждающих к единообразию в поведении, создающих мнение, что так делают все и всегда. «Все нормальные люди понимают, что...», « ни один здравомыслящий человек не станет возражать, что...»). Посредством «общего вагона» появляется уверенность в том, что большинство членов определенной социальной общности принимают конкретные идеи и программы, разделяя «со всеми» предлагаемую точку зрения.
	+ «Ссылка на авторитет». Общество оказывается в целом сильное давление на индивидума с целью побуждения его с требованиями авторитета, наделенного запасом знаний, мудрости и силы. Например, цитирование известных, авторитетных политиков, например, президента В.В. Путина: «На Украине российских войск нет. Мы не участвуем в гражданской войне в Донбассе».
	+ Подтасовка карт. Реципиенту навязывается определенное отношение к лицу или событию путем предоставления определенно отобранных фактов и утверждений.
	+ Игра в простонародность. Это коммуникатор, его идеи «хороши», т.к. принадлежат простому народу. Основная задача- привлечение на свою сторону аудитории путем отождествления себя с ней («я — один из вас»).
	+ Отвлечение внимания. Преднамеренное распространение какой-то информации с целью сокрытия дискредитирующего фактора о «своей» стороне.

Вышеперечисленные психологические приемы манипулирования сознанием использовались в нашем исследовании как дополнительная аргументация при определении необходимых и целесообразных мер воздействия на СМИ, продуцирующих конфликтогенные этнические установки.

Одним из приемов манипуляционных технологий является использование в информационном пространстве статистических данных, когда приводятся количественные соотношения представителей различных этнических групп. В.А. Тишков пишет: «Ученых и управленцев всегда интересует вопрос: а сколько на самом деле живет в той или иной стране или в регионе народов? Особенно в острой форме этот вопрос задается в обществах, где этнокультурным различиям предается первостепенный смысл и институционная форма»[[41]](#footnote-41).

Кроме того, в процессе освещения событий современными электронными масс-медиа в коммуникативно-культурном пространстве помимо объективных фактов, отраженных в рамках различных жанров, различных средств репрезентации, на основании субъективного взгляда автора, оператора, режиссера, неизбежно, помимо опосредованного отражения социальной действительности и жизни общества, используются авторская интерпретация событий и их кон-текста, в рамках социального конструирования фактуальности создаются мифологемы и фактоиды[[42]](#footnote-42).

Вполне очевидно, что современные СМИ оказывают многоплановое и растущее влияние на проявления и общий уровень ксенофобии /толерантности в обществе. Проблемы межэтнических взаимодействий, особенно связанные с острыми конфликтными ситуациями, криминальными инцидентами, всплесками массовых эмоций, привлекательны для журналистов, озабоченных резонансом своих публикаций, и для владельцев и редакторов СМИ, заинтересованных в первую очередь в увеличении тиражей своих изданий. Поэтому описание этнически окрашенных процессов, событий и происшествий в СМИ, ориентированных на массового читателя, очень часто становится эпатирующим и тенденциозным.

Чтобы придать большую достоверность и доступность соответствующей информации, журналисты склонны ориентироваться на мнение читателя, представляющего этнокультурное большинство населения данного региона, и в результате вольно или невольно следуют стереотипам массового сознания. Будет ли перейдена при этом грань, отделяющая вполне толерантные или нейтральные высказывания от высказываний, провоцирующих межэтническую напряженность, объективную информацию — от пропаганды национальной, расовой и религиозной ненависти, - зависит от профессиональной подготовки и ответственности журналиста, зрелости корпоративной культуры работников СМИ.

Современные СМИ, благодаря растущим возможностям виртуального воздействия на сознание и подсознание массовой аудитории, предлагают обществу готовые ценностно-смысловые и поведенческие модели. Эти модели могут консолидировать общество, достаточно эффективно снимать социальную напряженность и стрессовые психологические нагрузки, но могут и подрывать позитивную консолидацию и психологическую устойчивость социума путем создания и продвижения в массы образов врага, расщепления эмоций зрителей, слушателей, читателей до уровня простейших, взвинчивания агрессивных настроений толпы.

 К сугубо деструктивным формам деятельности СМИ в сфере межэтнических отношений относятся пропаганда ложных этнических мифов, одностороннее и тенденциозное изображение конфликтов на этнической, расовой или религиозной почве, употребление слов и выражений с обвинительной, устрашающей, насмешливой и унизительной окраской.

Под растущим влиянием СМИ, восприятие этнических и в целом культурных различий становится менее унифицированным, более фрагментарным и индивидуализированным. Это значит, что на первый план в коммуникативных процессах, включая этнические контактные ситуации, выходят представления человека о самом себе в сопоставлении с «другим»: каким кажусь я другому лицу, какую оценку другой дает моему образу, с какими чувствами — гордостью или унижением — связано восприятие моего «Я». Это усиливает личную восприимчивость человека к этническим образам «своих» и «чужих». При этом мнение, формируемое и распространяемое в сфере массовых коммуникаций, может восприниматься как индивидуальная точка зрения, личная позиция, что соответствующим образом влияет и на поведение индивида.

Учитывая возрастающее значение средств массовой информации, резонно рассматривать их как позитивное или негативное управляющее воздействие, форму социального контроля масс. Это делает вопрос о влиянии СМИ на состояние межэтнических отношений одним из ключевых моментов современной национальной политики, правового регулирования этой деятельности, социального и политического управления полиэтническим российским сообществом. Дело не только в необходимости просвещать полиэтническое и многоконфессиональное российское общество, воспитывать уважительное отношение к культурным различиям как к историческому достоянию России, условию сохранения ее единства. На первом плане — необходимость создания реального и эффективного механизма предупреждения межэтнических конфликтов, основанного на мониторинге, анализе и научном прогнозе этносоциальных и этнополитических процессов, создании структур, процедур, инструментов, способных обеспечить позитивный диалог представителей различных этнических общностей между собой и с органами государственной власти как на местах, так и в федеральном центре.

Решение этой задачи невозможно без всестороннего изучения влияния СМИ на формирование установок толерантности/ксенофобии на современном этапе развития российского общества. Актуальность таких исследований определяется необходимостью оптимизации воздействия СМИ на социальные процессы вообще, и на этнические процессы, в частности. На сегодняшний день это воздействие нельзя назвать оптимальным - оно часто бывает негативным. Даже в уважаемых общественно-политических периодических изданиях, в популярных программах и радиопередачах то и дело звучат ноты ксенофобии. Журналисты и редакторы зачастую просто не обращают внимания на то, что те или иные высказывания, оценки, манера подачи материала имеют оттенок этнической или расовой ненависти, и не задумываются о том, как это может отразиться на состоянии межэтнических отношений - от языка общения до восприятия целых этнических и расовых групп.

Вместе с тем оптимизация воздействия СМИ на массовое сознание в направлении снижения уровня ксенофобии представляет собой весьма сложную задачу. Сложную не только в силу пестрой палитры факторов роста ксенофобских настроений в обществе, но и по причине явного разрыва между рыночными условиями деятельности российских СМИ и уровнем их социальной ответственности. Этот разрыв еще предстоит преодолеть.

Модель жесткого государственного управления СМИ и идеологического контроля над информацией ушла в прошлое, модель правового регулирования деятельности СМИ на информационном рынке в условиях финансовой самостоятельности большинства печатных изданий и телеканалов только формируется. Этические нормы саморегулирования СМИ, в частности в деле освещения сюжетов, затрагивающих этнические или религиозные чувства граждан, не стали еще устоявшимся кодексом профессионального поведения.

Информационный рынок исключает сведение деятельности СМИ к пропаганде и агитации. Однако корпоративная культура деятельности на этом рынке еще не сложилась или находится в зачаточном состоянии. А это снижает общий уровень ответственности СМИ. При отсутствии «внешней» цензуры, дефицит у журналистов самоцензуры может стать причиной драматических этноконфликтных ситуаций. Современные печатные издания, в большинстве своем, коммерческие, являются объектами капиталоемкого бизнеса, и их главная цель - извлечение прибыли любыми способами. Социальные функции таких СМИ резко упрощаются. Именно коммерческие СМИ, как правило, часто прибегают к некорректным методам подачи информации и снижение к ним доверия со стороны населения не вызывает никакого сомнения. Работа СМИ в ходе освещения межнациональных отношений, а в особенности – межнациональных конфликтов, не теряет своей актуальности и по сей день. Это легко подтверждается наличием соответствующих тематических подборок и наличием рубрик в электронных средствах массовой информации, чья скорость воздействия на потребителей информации несравненно выше.

Журналистика требует определенной профессиональной этики, особенно при освещении межнациональных конфликтов. Выбор темы публикации, отбор фактов и даже построение материала – в каждой из этих «технологических» операций обязательно появляется и отношение журналиста к тем, о ком и для кого он пишет. Как особое направление деятельности СМИ, складывается «этническая журналистика». Она активно конструирует разные формы этнической идентичности, создает и внедряет в массовое сознание дружеские или враждебные образы разных этнокультурных общностей. Однако журналисты, освещающие этнические явления и процессы, как правило, не обладают даже минимальными научными знаниями в области этнологии, не говоря уже о специальных областях этносоциологии, этнополитологии и этнодемографии. Следует отметить также, что непостоянство и сменяемость авторов, освещающих в прессе этнические сюжеты, может свидетельствовать о случайном интересе и о поверхностном знании многими журналистами предмета обсуждения. Это наводит на мысль о недостаточной компетентности людей, публично затрагивающих сложнейшие вопросы межэтнического взаимодействия, тем самым насаждая в СМИ негативные этнические стереотипы, навешивающих ярлыки на представителей разных народов.

Неправомерное обобщение каких-то временных явлений недопустимо, т.к. может стать устойчивым отрицательным стереотипом, разрушающим тем самым возможность формирования терпимости и взаимопонимания, нагнетающим чувство ненависти и недоверия. Любая профессиональная деятельность, имеющая творческие основы, в той или иной степени обречена на непредсказуемость последствий от полученного результата. Каждое неосторожное слово может быть воспринято как оскорбление национального достоинства, может стать провокацией в прямом смысле этого слова[[43]](#footnote-43). Основная задача современной этнической журналистики - способствовать ускорению процессов обсуждения существующих в межнациональных отношениях проблем; предоставлять населению информацию о возможных вариантах поиска конструктивных решений для ослабления напряженности межнациональных отношений и др. При работе с этнической информацией любой журналист, в первую очередь, должен исходить из морали, нравственных установок и этических норм. Дилетантство становится причиной не только фактических ошибок или неправильных интерпретаций этнических явлений; оно приводит сплошь и рядом к игнорированию того эмоционально-психологического воздействия, которое оказывают СМИ на рядового гражданина, не позволяет предвидеть конфликтное воздействие «этнических» публикаций на массовое сознание. Нередки ситуации, когда авторы соответствующих публикаций и вовсе не заинтересованы в формировании нормальных взаимоотношений между контактирующими этническими сообществами и сознательно провоцируют острые социальные противостояния, которым придается этнический или конфессиональный оттенок.

«Закономерно, что представители средств массовой информации, освещающие события в зоне конфликта, проникаются интересами именно той стороны, с которой они имеют больше контактов. Поэтому ситуация нередко рассматри­вается только с одной позиции, описываются порочащие другую сторону факты. Приводя недоказанные цифры и факты, журналист принимает на себя огромную ответственность»[[44]](#footnote-44). Негативные примеры, вызывающие такие же ассоциации с той или иной группой, определенным образом организуют восприятие читателя о массовости явления, игнорируя факт того, что они могут быть обычным исключением. Обобщения по национальному признаку – прямой путь к дальнейшему провоцированию конфликта. Излишняя эмоциональность журналиста в освещении определенной проблемы является результатом "эмоционального заражения" в психологическом поле межнационального конфликта.

Оптимизация воздействия СМИ на массовое сознание затрудняется также недостаточной разработанностью научной базы — теоретико- методологических вопросов изучения проявлений толерантности/ ксенофобии. Хотя понятие «толерантность» и противоположные ему понятия «интолерантность» и «ксенофобия» получили общепризнанный статус и стали обиходными в сфере политики и культуры, научное содержание этих понятий остается многозначным. И без того широкий набор их значений дополняется новыми, по мере того, как возникают все новые проявления ксенофобии, требующие адекватной реакции власти и общества.

Самостоятельное и все более актуальное значение приобретает проблема точных и надежных методов и методик, позволяющих достоверно и объективно оценивать предлагаемые СМИ суждения, интерпретации, образы как ксенофобские или экстремистские. Решение этой проблемы требует проведения специальных научных изысканий.

Массовая коммуникация отличается многоканальностью — используются визуальный, аудитивный и аудитивно-визуальный каналы, обусловленные спецификой СМИ. Основное различие между ними заключается в преимущественном использовании письменной или устной форм коммуникации. Традиционно для прессы типично использование общелитературного письменного языка — книжных слов, терминов. Для радио и телевидения типично использование форм устной коммуникации, включающей элементы разговорной речи. Однако установить жесткую корреляцию между признаками устной и письменной речи и видами СМИ трудно, поскольку радио- и телепередачи проходят предварительную обработку как письменные тексты неизбежно сохраняют в себе черты письменной речи; с другой стороны, использование в прессе диалогов допускает употребление элементов разговорной речи. Этому способствует вариативность языка как его природное свойство. Но это не означает, что можно смешивать функциональные стили — высокий и низкий. Поддержание образцов нормативной речи и разграничение функциональных стилей, обусловленное социальной дифференциацией, являются важными функциями СМИ в их коммуникативной деятельности.

Функциональный стиль обусловлен коммуникативной сферой, определяемой тематикой информации, социальной ролью ведущего и его социальной ориентацией на определенную социальную группу потенциальной аудитории. Передачи для молодежных или профессиональных групп отличаются по словарному составу, оформлению высказываний от передач, рассчитанных на массовую аудиторию.

В настоящее время нельзя не заметить тенденцию к смешению функциональных стилей, которая явственно проявляется в прессе, а также и в радиосообщениях и телепередачах, особенно в их комментирующей части. Эта тенденция отражает опосредованно — через язык — сложные социальные процессы, происходящие в настоящее время в обществе, и стремление выразить свое отношение к новым социальным реалиям. Это проявляется в новых словесных клише типа «новые русские», «русскоязычное население», «либерализация цен», «силовые министры», которые легко закрепляются в массовой коммуникации при помощи СМИ. Словесные стереотипы, как, впрочем, и изобразительные (карикатуры, шаржи), не так уж безобидны, особенно если имеют негативную оценочную коннотацию.

Отдельно заслуживает внимания новое, быстро развивающееся, но сложно контролируемое информационное пространство, как блогосфера. С одной стороны, участие в блогах ведёт к смягчению социальной напряженности, поскольку позволяет человеку самореализоваться наиболее безобидным и быстрым способом. С другой стороны, доступность и неконтролируемость информации приводит к тому, что радикальные идеи распространяются по блогосфере стремительно.

Традиционно массовая коммуникация рассматривается как опосредованное общение — через СМИ, поскольку непосредственное общение (прямой контакт оратора с аудиторией) предполагает большую, но не массовую аудиторию. Этим объясняется, почему из двух базовых функций коммуникации — взаимодействия и воздействия — в массовой коммуникации на первый план выдвигается именно воздействие. В рамках этой базовой функции рассматривается целый ряд частных функций/ типа социального контроля, контакта и т.п., которые можно объединить в три основные социально значимые функции массовой коммуникации — информационную, регулирующую и культурологическую.

Применение новых информационных технологий позволяет поднять на новый уровень работу в сфере изучения, анализа и использования в прогнозировании и моделировании социально-политической информации. Процессы, идущие в регионах, есть проявление общероссийских политических реформ. Однако в их проявлении сказывается специфика конкретной территории с ее традициями, паттернами, региональной этнической культурой.

Таким образом, в настоящее время работа с информацией является одним из значимых критериев эффективности управления и регулирования любого этнополитического процесса. Анализ использования средств массовой информации при освещении конфликтов или других противостояний современности подтверждает существование многочисленных способов и приемов конструирования и передачи этнически окрашенной информации в массовое сознание. Коммуникатор, осознанно или неосознанно участвующий в организации массового сознания в полиэтничном сообществе, может с помощью многочисленных приемов способствовать примирению разных этнических групп, представляя их друг другу как друзей и выгодных партнеров, или отдалить их друг от друга, подчеркивая их взаимную враждебность, усиливая межэтническую напряженность и противостояние. Среди различных приемов переработки информации занимают фактоиды, порождающие иллюзорную феноменологию повседневности неотличимую от объективности.

Правомерно заметить, что в настоящее время в средствах массовой информации в избыточном количестве преподносятся материалы этнической окраски, в каждом событии делается ударение на этническую составляющую.

Зачастую конструируется ход событий, далекий от подлинного, а образ события не соответствует объективной реальности. Спланированный акцент на этничности способен спровоцировать не только этнополитический конфликт, но и подчас развязать межнациональную войну.

**Глава 3. Стереотипы СМИ в результате освещения событий на Украине в 2014-2015 гг.: этнокультурные и этнополитические аспекты.**

**3.1. Отображение событий на Украине в 2014-2015 гг. и их интерпретация в российской центральной прессе.**

Эмпирическую базу исследования составили:

- результаты интент-анализа материалов центральных печатных изданий и Интернет-ресурсов, в которых отражаются стереотипные представления о представителях различных этносов;

- анализ экспертных материалов печатных СМИ (на сновании вторичных данных по исследуемой проблематике).

Интент-анализ – один из методов анализа документов, позволяющий по речи говорящего реконструировать интенции, раскрыть истинный подтекст выступлений недоступный при других видах выступлений. Общая методическая организация работы при интент-анализе состоит в последовательном оценивании экспертом авторских высказываний избранного текста. Для этого из определенного фрагмента текста выбираются оценки характеристик и оценки действий предмета (положительные, нейтральные и негативные). Данный анализ позволяет максимально полно раскрыть систему субъективных смыслов в текстах.

Программа интент-анализа.

Анализ проводился по нескольким направлениям:

1) информационные поводы публикации статей с межэтнической тематикой;

2) способ подачи материала, приемы, при помощи которых пресса формирует образ представителей этнических групп;

3) определение степени остроты проблемы (публикации материалов по межнациональной тематике).

Запрашиваемые лексические единицы: «национальная политика», «межнациональные отношения», «национальность», «ксенофобия», «этнические отношения», «конфликт на национальной почве», «этнополитический конфликт» и др.

В данном разделе перед автором стоит двойная задача. Во-первых, целесообразно на основании интент-анализа российской прессы выделить все материалы, касающиеся межнациональных отношений. Затем, из общего массива необходимо вычленить так называемые конфликтные материалы, то есть те смысловые единицы, которые позволили бы подтвердить или опровергнуть выдвигавшуюся гипотезу о стимулирующей, или провоцирующей роли СМИ в этнической стереотипизации.

1.1 Проблема исследования. Основной проблемой данного исследования является выявление содержания конфликтогенных стереотипов в российских СМИ.

1.2 Объект исследования. Анализ проводился на обширном языковом материале, включающем в себя тексты ведущих российских печатных СМИ: Из прессы выбраны: «Российская газета»[[45]](#footnote-45), «Известия»[[46]](#footnote-46), «Московский комсомолец»[[47]](#footnote-47), «Комсомольская правда» (КП)[[48]](#footnote-48). Совокупность изучаемых источников: статьи, заметки.

Выбор данных печатных СМИ объясняется их большим тиражом, и популярностью. Данные издания представляют собой интерес с точки зрения разных читательских аудиторий (как на либерально настроенную часть нашего общества, так и на консервативно настроенных граждан), отличия редакционной политики, методов подачи информации. «Известия» – центристское издание. «Российская газета» является официальным печатным органом Правительства Российской Федерации, тем самым получив статус патриотического СМИ. «Московский комсомолец» специализируется на публикации острых социальных и политических материалов; в последнее время издание содержит высказывания, расцениваемые как ксенофобские. «Комсомольская правда» - также ежедневная общественно-политическая газета, в освещении российско-украинского конфликта придерживалась явно пророссийской позиции.

Проведен интент-анализ текстов порядка тридцати статей в различных печатных изданиях, общая тематика которых – обострение этнополитического конфликта на Украине. В качестве основной единицы дискурса выбраны визуально определяемые отдельные высказывания.

1.3 Предмет исследования. Предметом исследования послужила этнически окрашенная информация конфликтогенного содержания на различных этапах этнополитического противостояния между Россией и Украиной, а предметом анализа - речевые стратегии и тактики,

1.4 Цель исследования. На основе анализа газетных материалов определить взаимосвязь между подаваемой информацией этнического характера и формированием конфликтогенной этнической стереотипизации.

1.5 Задачи исследования:

- проанализировать использование языкового материала, выступающего в тексте СМИ, выявить стилистические средства экспликации этнических стереотипов;

- раскрыть факторы, формирующие в настоящее время в средствах массовой информации конфликтогенные этнические стереотипы.

- на примере отображения в российской прессе событий на Украине в 2014-2015 гг. и их интерпретации в российской центральной прессе:

* выделить этнически окрашиваемую информацию, определить ее маркеры,
* проанализировать использование языкового материала, выступающего в тексте СМИ, выявить стилистические средства экспликации этнических стереотипов;
* определить способ подачи материала, приемы, при помощи которых пресса формирует образ представителей этнических групп;
* выявить основные формы и методы конструирования и тиражирования стереотипов и образов в прессе;
* выявить, какими приемами манипулирования располагает пресса для утверждения в общественном сознании конфликтогенных этнических стереотипов;
* раскрыть факторы, формирующие в настоящее время в средствах массовой информации конфликтогенные этнические стереотипы.

1.6. Единица наблюдения: смысловой блок с этнической окраской (высказывание, утверждение, в том числе мифологемы и идеологемы, а также лексемы). Исследование выборочное.

1.7. Тип выборки - районированная, вероятностная, построенная на основе суждения.

1.8. Методика сбора данных:

- общие методы - интент-анализ прессы, наблюдение;

- вспомогательные методы - изучение и анализ мероприятий и документов.

Рассматривая в качестве примера ситуацию на Украине, необходимо констатировать, что более 20 лет после развала СССР в сознание украинцев под видом антисоветизма и антикоммунизма внедрялся антирусский стереотип с целью вытравить из этнической памяти причастность к славянскому братству, к общности исторической судьбы русского и украинского народов. Всеукраинская перепись населения 2002 года выявила проживание на территории Украины более 132 национальностей (украинцев- 77%, русских- 17,3%, евреев- 0,2%, белорусов- 0,6%, молдаван- 0,5%, болгар-0,4%, поляков, венгров-0,3%, румынов-0,3%, греков-0,2%, татар-0,2%). Выбор именно этого региона для исследования обусловлен рядом обстоятельств, в том числе и тем, что степень политической мобилизации русскоязычного населения в Украине оказалась наиболее высокой на постсоветском пространстве. Противостояние Востока и Юга страны Западу и Центру было изначальной характеристикой постсоветской украинской государственности. Здесь исторически сложились разные этносы, каждый из которых имел свою субкультуру, установки и ориентации. Несмотря на это, со времен получения государственной независимости на территории Украины не произошло ни одного существенного конфликта на этнической почве. В этнополитическом вопросе напряжение возникает больше из-за взаимоотношений с «великим восточным соседом». Но, начиная с 2014 года национальные отношения между двумя странами значительно осложнились.

Одним из самых болезненных в постсоветский период стал вопрос о государственном языке. Согласно Всесоюзной переписи населения 1989г. украинским языком свободно владели 78% населения. К тому времени здесь проживало 72,7% украинцев, 22,1% русских и 5,2% представляли другие национальности. Это объясняется многими факторами: миграцией, уровнем образования, интенсивностью урбанизации, количеством межнациональных браков, местом проживания, и, разумеется, унификаторской политикой Центра. В настоящее время на Украине степень владения русским превышает степень владения государственным, т.е. украинским (на юго-востоке русскоязычное население составляет 95%, на территории центральной Украины – 24%, на западной Украине всего 3%). По результатам социологического исследования общественного мнения населения Украины 68% украинцев свободно владеют русским языком, а 57% - свободно владеют украинским языком. При этом 5% опрошенных подчеркнули, что плохо владеют русским языком, и 11% - украинским. Таковы результаты социологического исследования, проведенного 5 компанией Research & Branding Group. Опрос проводился в период с 5 по 15 ноября 2006 г. В результате исследования были опрошены 2215 респондентов во всех областях Украины и Крыму старше 18 лет. Ошибка выборки не превышает 1,1%[[49]](#footnote-49).

В 2012 году на Украине принимается закон о языковой политике, предусматривающий использование негосударственного языка как регионального в тех регионах Украины, где он является родным по меньшей мере для десяти процентов населения. Русский язык был официально разрешен в ряде городов и областей Украины; румынский и венгерский получили такой же статус в некоторых населенных пунктах. Но оппозиционеры уже тогда пообещали отменить закон в случае прихода к власти.

Конфликт, расколовший Украину надвое и вылившийся в вооруженное восстание на Донбассе, носит одновременно черты и гражданского конфликта, и межэтнического противостояния. Межэтнического, поскольку налицо противостояние между двумя отдельными идентичностями. Отмена 23 февраля 2014 г. закона «О государственной языковой политике», искусственная «украинизация» юго-восточных регионов страны, «переписывание истории» фактически привели к началу геноцида русскоязычного населения в этом регионе. Обнаруженные в сентябре на освобожденных от украинских войск территориях Донбасса массовые захоронения мирных граждан побудили Следственный комитет РФ и вовсе возбудить уголовное дело “о геноциде русскоязычного населения на Юго-Востоке Украины», по сути признавая, что конфликт имеет именно межнациональный характер со всеми вытекающими отсюда последствиями — этническими чистками и элементами геноцида. Следствием было установлено, что в период с 12 апреля 2014 года неустановленные лица из числа высшего политического и военного руководства Украины, Вооруженных сил Украины, Национальной гвардии Украины и «Правого сектора» отдавали приказы, направленные на полное уничтожение именно русскоязычных граждан, проживающих на территории Донецкой и Луганской республик. После обретения Украиной независимости в стране произошел резкий «всплеск» украинского радикального национализма, имеющего глубокие исторические корни. Но проявился он не в создании и укреплении украинской национальной идеи, а в слепой русофобии и ксенофобии.

Произошедшая в феврале 2014 г. в Киеве так называемая «революція гідності», сопровождавшаяся свержением президента В.Януковича, «развернула» новую украинскую власть в сторону США, Евросоюза и НАТО, фактически превратив Украину в плацдарм для экономической и политической экспансии против России. «Население Крыма активно воспротивилось этому. Как известно, у любого народа право на национально-государственное самоопределение возникает главным образом в условиях неконституционного свержения законно избранного главы государства или смены власти в стране. Народы Крыма воспользовались своим естественным правом на национальное самоопределение в условиях разрушения прежнего конституционно-государственного строя и насильственной смены власти в стране». Попытки украинских властей построить унитарное государство в стране, не имеющей доминирующей титульной нации, оказываются несостоятельными. Тем не менее новое руководство продолжает упорствовать в своём нежелании признавать несостоятельность унитаризации Украины и осуществлять карательную операцию против требующего реальной федерализации населения «Новороссии», приведшую к масштабных жертвам и бедствиям на Юго-Востоке страны.

События на Украине в период 2014-2015 гг. способствовали появлению в СМИ, в том числе и российских, целого арсенала публицистических средств, отражающих социальные, политические и, особенно, этнические реалии. В данный период тема Украины активно использовалась во всех мировых СМИ. Российские журналисты, теле-, радиорепортеры, интерпретируя события на Украине, в своих публицистических очерках и статьях активно используют лингвостилистические средства, способствующие развитию этнополитической конфликтогенной ситуации вплоть до разжигания межнациональной розни. Клишированные фразы, фразеологические единицы, вошедшие в арсенал российских СМИ, зачастую имели национально-специфичный характер. Освещение событий на Украине стало и объектом лингвистических исследований. И. А. Сергеева и А. П. Чудинов дали метафорическую интерпретацию событий в Крыму[[50]](#footnote-50). А.О. Уржумцевой проанализированы метафоры, создающие образ Украины, России и Европейского союза: «При метафорическом обозначении объекта ему могут быть приписаны новые свойства..»[[51]](#footnote-51). Метафорическая репрезентация кризиса на Украине дана Э.В. Будаевым и В.В. Корейко: «…основным средством репрезентации кризиса на Украине в русскоязычных комментариях новостных порталов являются антропоморфная, театральная, зооморфная, игровая, морбиальная метафора, а также метафора родства...»[[52]](#footnote-52). Ряд исследований посвящен изучению конфликтных речевых тактик. Например, А. А. Алексеева на материале страниц групп социальной сети «Вконтакте» рассмотрела конкретные языковые средства реализации таких тактик, как «насмешка, переход на личности (снижение статуса собеседника и оскорбление собеседника), оценка, нарочитая интеллигентность, обобщения (наклеивание ярлыков)»[[53]](#footnote-53) при обсуждении присоединения Крыма к России и последствий этого действия.

В данном же исследовании предпринята попытка анализа массива информации и социальных действий исследуемой совокупности с целью выявления степени концентрации в средствах массовой информации негативных этнических стереотипов конфликтогенного характера при освещении событий на Украине в период 2014-2015 гг. «Общественное сознание взбудоражено столь масштабным событием, втянувшим в вооруженный конфликт тысячи соотечественников. Россияне наблюдали, как постепенно политический конфликт стал все более приобретать формы межэтнического, происходила его этнизация, переросшая в этническую мобилизацию сторон»[[54]](#footnote-54).

Глобальные преобразования, происходящие на Украине, обогатили язык новыми лексическими единицами и арсенал российских СМИ активно пополнялся неологизмами, «новоязом», лозунгами, призывами. Представители прессы параллельно с этим использовали и украинский лексический фонд. С помощью рефлексивов изменялась информативность текста и категория модальности.

 Во многих исследованных материалах широко используется прием «приклеивание ярлыков» - namecalling, т.е. сбор и предвзятая подача компрометирующих материалов, при котором вдобавок используются неологизмы, прочно вошедшие в арсенал российских СМИ. В этом случае информационная функция СМИ отодвигается на второй план, а на первый выходит стремление коммуниканта внушить аудитории определенную картину происходящих событий. Наряду с официальными названиями частей Украины (Восток Украины, Юго-Восток, Новороссия, самопровозглашённые республики, Донецкая народная республика, Луганская народная республика), используются неофициальные и оскорбительные («Укропия», «Бандерлогия», «Даунбасс», «Луганда»). Одна из сторон конфликта в лице нацгвардейцев, силовикиов и граждан Украины, поддерживающих евроинтеграцию, зачастую выступает как «укропы», «укры», «правосеки», «эсбэушники. Происходит замена определения какого-либо субъекта на дисфемизм, при этом в корне изменяется его сущность, снижается его социальный статус и уничижается национальная принадлежность. Надо отметить, что огромное количество эпитетов, вошедших в язык российских СМИ, связано с именем главной фигуры украинского национализма – Степаном Бандерой («бандеровские недобитки», «бандеровская идеология», «бандеровские гниды», «Бандерлогия»). Этот термин первоначально указывал на принадлежность адресата к украинско-немецкой идеологии. В СМИ такие эпитеты «навешиваются» на простых жителей Украины, поддерживающих так называемый курс евроинтеграции.

Из словосочетания «нацiональнa свиiдомiсть» (национальное сознание) образовались неологизмы «свидомый», «свидомитский» - укоренившиеся характеристики «настоящих» украинцев, разговаривающих только на родном языке и негативно относящихся ко всему русскому.

 Освещение событий часто происходит с применением метафор, подсознательно включающих ассоциативное мышление. Украина зачастую именуется как «рiдна мати», «ненька», «незалежна Украйна», Россия нередко выступает в качестве «агрессора», «северного соседа», «первородного зла». Неоднократно повторяются лозунги-реалии: «Хай живе вiльна Украйна!» «Одна Україна - один народ», «Єдиний народ, єдина нація, єдина країна!». Русофобские настроения украинцев подогреваются такими высказываниями, как «злочинная Россия», «Угромонгольская Московия». Антироссийский настрой подтвеждают и новыми термины и девизы: «Хто не скаче, той москаль!», «Майданутые допрыгались». К этому же времени относится рождение лозунгов «Москаляку на гиляку!» и «Москаляку на ножи!» (букв. Русского – на виселицу! и Русского – на ножи!); «Нет – России! Да – Америке!»; «Москаль – це раб!»; «Геть, москали!».

Ранее неизвестная русскому языку лексема «незалежна» за последние четыре года настолько активно использовалась в текстах российских СМИ, что уже не воспринимается, как экзотизм, а чаще воспринимается как синоним слову «Украина»[[55]](#footnote-55).

Все исследуемые материалы СМИ представляют собой различные жанры: репортажи, информационные сообщения, отчеты, интервью, комментарии и анализ и т.п.; журналисты, как правило, пользовались одними и теми же источниками информации: пресс-релизами, ссылками на другие СМИ, анонимными источниками и т.п. Однозначно можно сделать вывод, что везде подаваемая СМИ информация, как правило, сопровождалась применением неологизмов, эпитетов, метафор, придающих определенное эмоциональное окрашивание и нередко выполняющих манипулятивно-управленческую функцию. Исследование материалов печатных российских СМИ помогло выявить специфику использования российскими журналистами языковых манипулятивных средств в текстах, которые способствуют искажению фактов, формируют в сознании читателей неточные обозначения и свидетельствуют о явной русофобской направленности информационной войны на Украине. Российские СМИ используют языковые термины, появившиеся в среде участников украинских событий. Очень часто материал «украшается» украинизмами, специфической чертой которых является противопоставление своего и чужого, перерастающее подчас в межнациональное противостояние. Лексические новшества в российских СМИ достаточно четко создают две коннотационные цепочки «свой-чужой».

Отметим, что в эпоху, когда информационные войны стали реальностью, беспристрастное и объективное информирование о наиболее важных событиях перестало быть единственной целью СМИ. Очевидно, что сегодня СМИ являются мощным инструментом политического манипулирования, в том числе при освещении этнополитических конфликтов. Созданию негативных этнических образов способствуют утверждения журналистов о физической, интеллектуальной, духовной, моральной неполноценности той или иной этнической группы или отдельных ее представителе[[56]](#footnote-56).

Представим несколько публикаций исследованных газет, а именно-только заголовки, о событиях на Украине.

«Однажды одесситы разорвут националистов — всех, до кого дотянутся», «Киевских школьников научат «воинской доблести» на примере эсэсовцев», «Журналистка телеканала Порошенко оказалась неонацисткой», «Украина без россиян», «Заклятые друзья», (Известия от 2 мая 2019 г.; 8 ноября 2018 г.; 6 ноября 2018 г.; 29 марта 2018 г.; 10 марта 2018 г.).

«Штурмовики майдана выходят в ночь», «Киев играет с огнем», «Белый вождь» вступил в игру» (Российская газета от 23.01.2014; 29,11,2018 г.; 31.01.2018 г.),

«Активист о событиях в Одессе: Бандеровцы кричали: «Русские, горите!», «Трагедия в Одессе пять лет спустя: их сожгли за любовь к России» (КП от 2 апреля 2018 г.; 2 мая 2019 г.).

«ФСБ под Белгородом задержала агента СБУ: его учили убивать», «Украинский политик призвала бить русскоговорящих обувью по лицу», «На Украине начался геноцид цыган», «Возвращение шакала: хочет ли Польша растерзать Украину», «Россияне подобрели из-за война на Украине», «Погром на могиле еврейского праведника: что спровоцировало украинских вандалов», «Украина в маразме: эксперты обсуждают предложение перевести русские фамилии на украинский», «Житомирские националисты «разоблачили шпиона ФСБ»: актера уволили за русский дух», «Украинская революция пожирает своих детей: волонтерку Гандзюк затравили герои АТО (Московский комсомолец от 21 января 2019 г.; 9.01.2019 г.; 11.05.2018 г.; 23.11.2017; 6.02.2017 г.; 27.07.2016 г.; 20.04.2016; 26.12.2018 г.; 5.11.2018 г.).

Эти и ряд других публикаций содержат и эмоционально передают в массы идеи тревожности, беззащитности перед украинскими националистами, украинскими вандалами. Заголовки этих материалов в газетных публикациях говорят сами за себя.

 Исследованный корпус источников позволяет констатировать немаловажную роль дискурсивного представления информации о конфликте сторонами, об использовании хорошо себя зарекомендовавших тактик управления информацией, о роли метафорики, о необходимости оптики прочтения сообщений глобальных СМИ по вопросу Украинского кризиса.

Как одно из проявлений новостной политики любого СМИ можно рассматривать и выбор источника информации. Особенно это применяется в период освещения конфликтной ситуации, когда в завуалированной форме можно отдать предпочтение той или иной стороне. В эфире российских государственных телеканалов не будут цитировать госдепартамент США, если есть озвученная позиция Минобороны РФ.

Раскрывая формы и методы работы масс-медиа, изучая принципы их внушающего воздействия на индивидуальное и массовое сознание, мы можем получить формулу важного конфликтогенного элемента, способного катализировать межнациональные противоречия, придавая им острый, трудноразрешимый характер. В основе этой формулы лежат мифология и стереотипизирование.

Современные масс-медиа технологии способны в значительной степени изменять мышление, культивировать определенные эмоциональные состояния, при этом не просто создавали отдельные стереотипы, нг и выстраивали конфликтогенное стереотипное поле. Это поле, с одной стороны культивирует межнациональное противостояние, а с другой - своей тотальностью подавляло все не вписывающиеся в его рамки установки.

**3.2. Формирование в СМИ взаимных агрессивных стереотипов.**

Фактически, наличие агрессивных этнических стереотипов создает психологические предпосылки для реальных межэтнических столкновений. Иными словами, при наличии агрессивных этнических стереотипов происходит облегчение осуществления агрессии. Следовательно, можно констатировать, что формирование конфликтогенных этнических стереотипов предшествует возникновению этнополитических конфликтов.

В подтверждение этому, опираясь на научные периодические издания, приведем мнения известных исследователей, в дополнение к которому проведем вторичный анализ экспертных мнений.

В.И. Мукомель, д-р. социол. наук, Институт социологии РАН: «Каналы распространения ненависти к «чужим» известны: массмедиа, выступления публичных политиков, массовая культура, особенно молодежная субкультура…»[[57]](#footnote-57).

А. В. Дмитриев, д-р филос. наук: «зачастую многие стереотипы оказываются чрезвычайно конфликтогенными…Нас в данном случае интересует этнический стереотип, который представляет собой разновидность социального стереотипа, относящегося не столько к индивиду, сколько к социальным группам разного рода, к диаспорам в данном случае»[[58]](#footnote-58) . Автор утверждает, что СМИ как минимум способны многократно усиливать «воздействие негативных этнических стереотипов» посредством ретрансляции различий и акцентирования внимания на наиболее острых противоречиях в стандартах поведения на «культурных различиях»…Этнические стереотипы и тиражирующие их СМИ, несомненно, негативно влияют на процессы адаптации приезжих».

Автор многочисленных работ по проблемам деятельности СМИ по формированию у населения толерантных и конфликтных представлений в сфере межэтнического взаимодействия, известный российский антрополог, В.К. Малькова (д-р. ист. наук, ведущий сотрудник Институт этнологии и антропологии РАН), пишет: «…Читателю и журналисту не всегда просто увидеть и осознать, что специальное, массированное формирование общественного этнического сознания, мобилизация общественных этнических сил с помощью прессы направлены на распространение у населения установок нетерпимости: противостоять им как нашему противнику, защитить нашу ценность, отстоять ее, не отдать... Такую картину мы видим сегодня практически во многих крупных городах и регионах страны, в том числе – и в федеральных СМИ. А теперь очень зримо наблюдаем ее в сообщениях о событиях на Украине и вокруг нее»[[59]](#footnote-59).

Об эксплуатации этничности в СМИ свидельствуют высказывания В.А. Авксентьева, д-р филос. наук, С.Н. Зинева, канд. филос. наук, Э.Т. Майбороды: «В настоящее время можно вести речь об избыточном указании на этническую принадлежность, ненужном акцентировании этнического в материалах…Современные информационные технологии позволяют "приблизиться" к конфликту, стать его участником, ощутить, что влияешь на его развитие…»[[60]](#footnote-60).

А.И. Мусаев: «Еще одним очевидным примером того, как информационные ресурсы используются для эскалации этнополитического конфликта, является приемы формирования образа врага для введения эффективного информационного противоборства и информационного воздействия. Одним из аспектов формирования образа врага и дальнейшей эксплуатации этого образа для ведения информационного противоборства является дегуманизация этнического противника»[[61]](#footnote-61). Под дегуманизацией автор понимает непризнание человеческого статуса (достоинства и других качеств) этнической жертвы. Причиной этому, по мнению Мусаева, является то, что члены аутгруппы рассматриваются как недочеловеки, «сумасшедшие, одержимые, иррациональные, фанатики». Чаще всего им навешивают уничижительные ярлыки: «звери», «нелюди», «шакалы», «гиены», «саранча». Такое навешивание ярлыков делает акты этнической агрессии более приемлемыми морально, оправдывая насилие в отношении тех, кого «нельзя считать себе подобными».

Усова Н. П., канд. полит. наук приводит некоторые манипулятивные приемы при подаче информационных материалов: «Способность СМИ как консолидировать, так и дезинтегрировать многонациональное сообщество, особенно заметна и выразительна в современных условиях роста национального самосознания, стремления народов России сохранить язык, самобытную культуру, традиции, а также в условиях политизации этнического фактора. Практика не раз показывала, что необъективность, некорректность, тиражирование негативных выражений и стереотипов об этносах, недостоверность информации при освещении фактов осложнения межэтнических отношений приводят к конфликтным ситуациям, а иногда и к трагическим событиям»[[62]](#footnote-62).

 Подтвеждают гипотезу исследования и высказывания И. Лододо, ведущего научного сотрудника Института социально-политических исследований РАН: «…сегодня московская пресса работает скорее как стрессогенный, конфликтогенный фактор, а не как фактор воспитания терпимости и толерантности… Около 20%, т.е. каждый пятый опрошенный журналист, считает, что межнациональная напряженность провоцируется в значительной мере выступлениями московских СМИ»[[63]](#footnote-63).

Актуальной остается данная тема и в работах молодых ученых. О. В. Мухин, аспирант, Воронежский государственный университет: «Проанализировав использование средств информационной борьбы в российских СМИ, уместным будет сказать, что они стали одним из инструментов противоборства сторон в конфликте на Украине. Что касается в целом СМИ как инструмента информационной войны, то любое издание, независимо от позиционирования, пользуется приемами информационного противоборства. Между тем анализ роли СМИ в вооруженных конфликтах в историческом аспекте позволяет предположить, что влияние средств массовой информации на результат вооруженного противостояния будет только увеличиваться»[[64]](#footnote-64).

Коробкина А.Н., аспирант Краснодарского государственного университета культуры и искусств: «С точки зрения социально-политической эксплуатации важно то, что этничность уже на уровне бессознательного дифференцирует людей на «Мы − Они», «Свои – Чужие». Политика также консолидирует людей часто на основе оппозиции «Мы – Враги». Вот эта простота картины мира, создаваемая политическим и этническим сознанием, порождает необычайно эффективную предпосылку для манипуляции массовым сознанием»[[65]](#footnote-65).

О русофобской стратегии информационной войны на Украине пишут С. Г. Шулежкова (д-р. филол. наук, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова; Н. В. Позднякова, канд. филол. наук, с.н.с., Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова: «Националистическая и антироссийская направленность пропагандистских средств, пренебрежение интересами собственных граждан ведут к расколу общества, а не к мирному разрешению конфликта на Украине и не способствуют её процветанию. Таким образом, российские СМИ последних лет активно используют публицистический арсенал современных общественных движений Украины. Языковые средства свидетельствуют о том, что у информационной войны, которая ведётся в условиях острого вооружённого противостояния, выработалась русофобская стратегия»[[66]](#footnote-66).

Крынина О.Ю., канд. социол. наук: «Сообщения в современных СМИ изначально делят общество на сторонников и противников обсуждаемых жизненных межэтнических проблем. Более того, технологии и приемы освещения подобных процессов в материалах СМИ зачастую излишне волнуют массовое этническое сознание, нередко умышленно затрагивая этнические чувства и интересы населения. Все это может вызывать заметное противодействие у контактирующих групп. Таким образом, с помощью СМИ искусственно складываются массовые отрицательные межэтнические установки, распространяются массовые этнические предубеждения, и в результате усиливается ксенофобия и повышается межэтническая напряженность в обществе»[[67]](#footnote-67).

О стереотипах, навязываемых журналистикой, приводится в работе Лепилкиной О.И., д-р. филол. наук: «..наш современник в силу своего конформизма довольствуется стереотипами, навязываемыми ему журналистикой, и потому важная функция средств массовой информации в полиэтничных регионах – укрепление социальных норм и пропаганда социальных ценностей»[[68]](#footnote-68).

Того же самого мнения придерживаются авторы Н.Р. Байдулаева, Н.Н. Гарунова: «Средства массовой информации непосредственным образом участвуют как в формировании, так и в распространении мнений, они не отражают представления людей, а, наоборот, формируют их. Обычно СМИ из обозревателей и информаторов, освещающих события, связанные с этнополитическими конфликтами, превращаются в непосредственных участников…Большая часть публикаций носят эмоциональный характер, показывают боль народов, не только дагестанских, но и русского населения, их крик бездействия властей, отчаяние в надежде на урегулирование данной проблемы. Изучив эти моменты, мы приходим к выводам, что СМИ по данной проблеме, показывая отрицательные стороны конфликта, вызывают в общественном сознании негатив и спор…Некоторые публикации в Интернет-пространстве, освещающие данный этнополитический конфликт, задевают этнические чувства народов, провоцируя этнические обиды прошлого. Эти статьи вызывают напряженность и враждебное отношение между представителями представленных в данном конфликте этнических групп»[[69]](#footnote-69).

Б. М. Бирагова, канд. полит. наук, Владикавказский научный центр РАН: «СМИ являются мощным инструментом политического манипулирования в таких сложных геополитических процедурах, как межнациональный конфликт, вместе с тем, принципиально важно дифференцировать, в каких целях – созидательных или дестабилизирующих – они используются»[[70]](#footnote-70).

Об информационном манипулировании сознанием говорится и в работах канд.социол. наук Халлисте О.В. «В качестве примеров информационного манипулирования сознанием населения с целью конструирования образа врага можно привести, например, распространение стереотипов в качестве достоверной информации (имперские амбиции россиян), фальсификации истории в ущерб интересам противника (на изданных в Японии картах и в учебниках Южные Курилы обозначены как японские), применение политики «двойных стандартов» в дипломатических отношениях («перезагрузка» отношений США и России), и др»[[71]](#footnote-71).

«По результатам экспертного опроса (81 человек), проведенного сотрудниками Центра изучения национальных конфликтов и «Клуба регионов» в период с сентября 2013 по март 2014 г, было выявлено наличие межэтнической напряженности на некоторых территориях Российской Федерации. Экспертами был определен перечень факторов, влияющих на уровень межэтнической напряженности: «неконтролируемая миграция», «социально-экономическая депрессия, приводящая к “поиску виновных” и ксенофобии», «отсутствие внятной национальной политики», связанная с предыдущей «проблема неосведомленности населения о реальной ситуации и отсутствие культуры межнационального общения», «противостояние элит и кланов на фоне высокого уровня коррупции и массовой бедности в ряде национальных республик», «низкий уровень ответственности СМИ»[[72]](#footnote-72).

Руководитель Московского еврейского культурно-просветительского общества В. Двинский считает, что «…в нашей столице, как и в России, как и во второй столице - Санкт-Петербурге - формируется расистское, шовинистическое общество. И в этом - гигантская "заслуга" прессы…»[[73]](#footnote-73). Такого же мнения придерживается и Полад Джамалов, ответственный секретарь Московского межнационального совещания при Правительстве Москвы. Он пишет: «Я обращаюсь … к представителям СМИ. Мы можем очень много говорить о том, чего хотим мы - представители национальных объединений. Да, сегодня обстановка такая, что здесь тесно переплелись и политические, и социальные, и правовые проблемы, и где в этой связке находится этническая составляющая - это еще надо разбирать. К сожалению, эта связка, этот непонятный узел позволяет различным спекулянтам… представлять те или иные события, те или иные моменты в национальной политике либо как криминальные события, либо как события, несущие с собой негативный политический момент, либо как событие, несущее какой-то негативный межэтнический характер»[[74]](#footnote-74).

Недостаточно полной представляется тематическая классификация интересующих нас публикаций, предложенная представителем этнической прессы Д. Ганцевой (газета "Менора", г. Екатеринбург), которая в свою очередь выделяет «три основных тематических блока, затрагивающих этнические проблемы во-первых, это предвыборная аргументация, во-вторых — криминальные сводки, в-третьих, этнографическая экзотика». Очевидно, что такая классификационная схема не учитывает такие сверхпопулярные у журналистов сюжеты, как этнический экстремизм и терроризм, межэтнические конфликты, этнический аспект миграционных процессов, этносоциальная конкуренция, этнические анекдоты и прочее[[75]](#footnote-75).

Председатель Гильдии межэтнической журналистики М.А. Лянге неоднократно выступала с призывами к журналистам более взвешенно и корректно излагаться в своих материалах по вопросам национальной политики в России. Журналист считает, что «прежде чем что-то объяснять обществу, нужно понять, определилось ли оно в вопросе межэтнических отношений. И здесь нравственный ориентир как раз задают журналисты, которые не всегда корректны в освещении столь сложной и тонкой темы»[[76]](#footnote-76).

Если уровень межнациональной/межэтнической враждебности в российском обществе колеблется незначительно, то объекты неприязни меняются. На рубеже восьмидесятых и девяностых годов это были, главным образом, армяне, грузины и азербайджанцы, к концу девяностых — началу двухтысячных их сменили чеченцы и кавказцы в целом, а в середине двухтысячных к последним прибавились выходцы из Средней Азии, враждебность по отношению к которым, впрочем, была и остается до настоящего времени несколько меньшей. Опросы общественного мнения показывают, что на отношение населения к тем или иным национальным/этническим группам значимо влияют политические события.

Так, если до начала чеченской войны чеченцы находились на периферии внимания россиян других национальностей, и не более 3% респондентов заявляло о том, что испытывают к ним неприязнь, то к 1999 г. они уже возглавляли список объектов вражды. Враждебность к грузинам в начале 2000-х гг. стремилась к нулю, однако в 2006 г. (после дипломатического скандала между РФ и Грузией) и в 2009 г. (после конфликта в Южной Осетии и Абхазии) неприязнь к ним существенно возросла, ненадолго даже превысив показатели враждебности по отношению к чеченцам.

Неприязненное отношение к украинцам, находившееся на минимальном уровне в 1990-х и начале 2000-х годов, после войны на Украине также стало расти.

Киевский международный институт социологии (КМИС) и российская негосударственная организация "Левада-Центр" продолжают мониторинг динамики отношения жителей России/жителей Украины к соседней стране. Опрос, проведенный на Украине и в РФ в марте 2018 года, свидетельствует, что среди жителей Украины по-прежнему сохраняется более позитивное восприятие России, чем восприятие Украины жителями России. Несмотря на существенное снижение интереса населения России к украинским событиям по сравнению с периодом 2014-2015 гг., преобладает негативное отношение к Украине[[77]](#footnote-77).

Таким образом, анализ собранных материалов, тиражирование установок ксенофобии часто является следствием не позиции редакции того или иного средства массовой информации, а этнологической некомпетентности и профессиональной некорректности журналистов. Вследствие этого конфликтогенный эффект производят не только статьи, содержащие прямо изложенные интолерантные позиции и суждения (каковых зафиксировано не так много), но и вполне нейтральные по содержанию тексты, в которых, однако, способ подачи материала или отдельные формулировки способствуют формированию негативных этноконтактных установок. В основе некорректной подачи журналистами этнически окрашенных сюжетов, в том числе неуместного упоминания этнической принадлежности героев печатных материалов, в значительной мере лежит «стихийный примордиализм», связанный с пониманием «этноса» как устойчивого, замкнутого, объективно существующего сообщества, к которому каждый человек принадлежит по рождению, раз и навсегда «приписан». В контексте такой интерпретации этничность (этническая идентичность) воспринимается не как следствие произвольной, ситуативной (вариативной) самоидентификации человека, а как имманентная характеристика человека, которую, как прописку, можно установить по паспорту.

**Заключение**

Проблема освещения этничности в средствах массовой информации - одна из актуальных и острых для современной полиэтничной России. В диссертации показано, что этот вопрос привлекает внимание специалистов многих направлений именно в связи с тем, что связан с современными политическим процессами, где этничность играет огромную роль. Это связано с тем, что при помощи СМИ политические элиты научились управлять состоянием массового сознания в своих интересах. Вполне закономерно, что наука не может игнорировать эти процессы, которые оказались в центре внимания диссертации.

В работе рассмотрены ключевые парадигмы этнической социологии. Обозначены теоретико-методологические, методические основы исследуемой проблемы. В качестве инструментария для изучения связи тиражируемых СМИ этнических стереотипов с характером межнационального взаимодействия был использован интент-анализ прессы конфликтующих сторон.

Проведенные эмпирические исследования показывают, что деятельность российских СМИ, касающаяся этнических аспектов жизни не ограничивается только фиксацией фактов и событий. СМИ способны оказывать серьезное воздействие на массовое сознание и ориентирует его в сфере межэтнического взаимодействия к проявлению неуважения к представителям отдельных национальностей, усилению межэтнической напряженности в обществе, распространению у населения ксенофобских взглядов и установок. Был использован методологический подход к диагностике конфликтогенности этнически окрашиваемых материалов исходя из основных структурных элементов печатных текстов. Были рассмотрены на конкретных примерах приемы, формы и методы конструирования этнических образов и стереотипов в центральной прессе (через этническую лексику, создание этнических образов и стереотипов, через конструирование этнических идеологем и мифологем). В результате выполнения этой задачи была проверена основная гипотеза исследования, которая подтвердилась - на основании анализа печатных изданий зафиксирован конфликтогенный потенциал исследуемых информационных материалов.

В диссертации было уделено внимание научно-прикладным аспектам изучения проблемы освещения этнических аспектов в СМИ. Анализ литературы по теме исследования позволяет определить важную роль этносоциологических научных исследований с целью корректировки поведения СМИ при освещении этничности. Обзор исследований показал, что большинство авторов, работающих в русле заявленной темы, подчёркивают, что современное информационное поле работает скорее как стрессогенный, конфликтогенный фактор.

В большинстве своем средства массовой информации должны содействовать мирному решению конфликта, а не раздувать предубеждения, обостряющие конфликт. На деле нередко СМИ пишут в первую очередь о негативных аспектах, причем зачастую делая это сознательно, поскольку такой подход пользуется спросом. Это провоцирует в обществе разжигание национальных конфликтов путем укрепления в массовом сознании конфликтогенных этнических стереотипов. СМИ используют различные приемы для передачи в массовое сознание информации. Среди них – не только убеждение или внушение (с помощью эмоций, насмешек, штампов, ярлыков), но и создание и распространение негативных образов представителей нерусской национальности, конструирование идей и мифов, разделяющих население на «своих» и «чужих» и психологически дистанцирующих эти группы друг от друга прежде всего по национальному признаку.

На сегодняшний день отсутствует система эффективного мониторинга СМИ с целью выявления и предупреждения распространения материалов, отрицательно влияющих на межэтнические отношения. Анализ многочисленных материалов показывает, что характер освещения межнациональных отношений не был достаточно взвешенным и во многом зависел от настроения коммуникатора, его политических ориентаций, умения разобраться в обстановке. Такой подход, очевидно, не способствовал стабилизации межнациональных отношений, а скорее, являлся конфликтогенным фактором.

Процессы, которые зарождаются в сознании современных россиян, проявляются в виде апатии, социально-политического безразличия, агрессии, ксенофобии. Необходимо выявлять закономерности и сущностные черты этнополитического сознания, чтобы адекватно понять глубинные процессы, протекающие в современном обществе. Для того, чтобы влияние этнических и национальных факторов в сознании россиян было только положительным, необходимо регулировать и контролировать процессы межэтнического социального взаимодействия и общения. Ведущую роль в этом процессе должны взять на себя информационные ресурсы и технологии, свободные от конфликтогенных этнических установок и ксенофобии. Разнообразная этническая структура требует особых подходов к коммуникации.

 Основной задачей государственной информационной политики должно стать формирование объективного взгляд СМИ на ход общественных событий. На эти вопросы указывает Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная указом Президента РФ от 19 декабря 2012 г. N 1666 [42]. Отдельным пунктом документа отражена деятельность средств массовой информации по укреплению межнационального согласия и грамотному информированию о происходящих в стране межнациональных конфликтах[[78]](#footnote-78).

Именно правильно и своевременно проводимая национальная политика на государственном уровне будет способствовать повышению внимания к вопросам межнационального взаимодействия и созданию условий изучения данного вопроса органами власти на всех уровнях.

**Список литературы**

1. Авксентьев В.А., Зинев С.Н., Майборода Э.Т. Информационная доминанта в блоковых конфликтах // Конфликтология: ежеквартальный научно-практический журнал. - 2009. - №2. - С. 95-111.
2. Алексеева А.А. «Крым наш»: Конфликтные речевые тактики в социальной сети «ВКонтакте». Политическая коммуникация: Перспективы развития научного направления//Материалы Международной научной конференции. ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет». 2014. С.6-10.
3. Асмолов А.Г. Психология личности: Принципы общепсихологического анализа. М., 2001. – 302 с.
4. Асмолов А.Г., Шлягина Е.И. Национальный характер и индивидуальность: опыт этнопсихо- логического анализа // Психологические проблемы индивидуальности. Вып. 2. - М., 1984. – С. 257–260.
5. Байбурин А.К. Некоторые вопросы этнографического изучения поведения // Этнические стереотипы поведения. Л.: Наука,1985. – С. 7-22.
6. Байдулаева Н.Р., Гарунова Н.Н. Роль СМИ в освещении этнополитических конфликтов (на примере проблемы восстановления Ауховского района Республики Дагестан)//Известия Волгоградского государственного технического университета. Серия: Проблемы социально-гуманитарного знания. Т.21. №7. 2015.С.25-27.
7. Барбашин М. Ю. Современные социологические подходы в изучении этничности// Социально - гуманитарные знания. 2005. № 4. С. 167–181.
8. Бирагова Б.М. Роль СМИ в регулировании современных этнополитических конфликтов (на примере грузино-югоосетинской войны августа 2008 года//Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова Общественные науки 2010. № 2. С.48-52.
9. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. М., 1983. 412 с.
10. Будаев Э.В., Курейко В. В. Метафорическая репрезентация кризиса на Украине в русскоязычных комментариях новостных порталов //Политическая лингвистика. №4. Изд-во Уральский государственный педагогический университет. 2016. С.93-97.
11. Геллнер Э. Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991. 320 с.
12. Гладких С.В. Этнические стереотипы и проблемы межкультурного общения // Этнические проблемы современности: Сб. статей. Вып. 5. Ставрополь, 1999. – С. 57-65.
13. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. — 308 с.
14. Дмитриев В.А. Этнический стереотип — конфликтоген?// Идентификационные стратегии диаспорных и земляческих групп в российских регионах: сб. статей / Под ред. А.В. Дмитриева. М.: Новый Хронограф. 2016. С.41-51.
15. Иголкин А. Пресса как оружие власти// Россия XXI. 1995. N 11-12. С. 68 – 86.
16. Коробкина А.Н. Эксплуатация этничности как угроза национальной безопасности//Теория и практика общественного развития/Издетельский дом «Хорс», №6, 2012, С.35-37.
17. Крынина О.Ю. Этничность и СМИ: опыт освещения межэтнических конфликтов в современных средствах массовой информации (на материалах печатных публикаций в период грузино-югоосетинского конфликта// Вестник Адыгейского государственного университета, 2009. № 3. С. 117-120.
18. Леонтьев А.А. Психолингвистические приемы введения в заблуждение реципиентов СМИ и политической пропаганды// Психологическая экспертиза ксенофобии в средствах массовой информации, С. 60-64.
19. Леонтьев А.А. Психологические характеристики текстов СМИ, являющиеся предметом психологической экспертизы// Психологическая экспертиза ксенофобии в средствах массовой информации / Методические рекомендации для работников правоохранительных органов. М., 2003. С. 38-39.
20. Лепилкина О.И. Роль местной прессы в полиэтничном регионе//Этнические проблемы современности. Вып.13. Ставрополь. 2008. С.31.
21. Липпман Уолтер. Общественное мнение/Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
22. Ляпин С. Русская правда // Так это было: Национальные репрессии в СССР/С. Ляпин- М., 1993. Т.2. С. 301-306.
23. Малькова В.К. Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности//Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. М. 2002. С. 158-159.
24. Малькова В.К. Этническая тематика в российском информационном пространстве//Коммуникология-Т.5, №3,2014- С.101-117.
25. Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета. 1996. -160 с.
26. Мукомель В.И. Ксенофобия и насилие в России: современные и грядущие вызовы// Вестник Института Кеннана в России. 2009. Выпуск 16.
27. Мусаев А.И. К вопросу о роли информационного фактора в этнополитическом конфликте // Конфликтология. Фонд развития конфликтологии №1,-2015.- С.215.
28. Мухин О.В. К вопросу об использовании средств информационной войны в российской прессе в XXI веке (на примере событий на Украине)//Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. №2. С. 114-120.
29. Паин Э.А. Этнополитический маятник. Динамика и механизмы этнополитических процессов в постсоветской России. М.: Институт социологии РАН, 2004. 328 с.
30. Пересветов В. Журналистика. Секреты успеха СПб.: Тровант, 2009. – 155 с.
31. Попова В.О., Балезина Е.А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания //Вестник Пермского университета. Выпуск 2(22). 2015. С. 89-94.
32. Релжич Д. Средства массовой информации и трансформация этнополитических конфликтов// Этнополитический конфликт: пути трансформации: настольная книга Бергховского центра / Под ред. В. Тишкова, М. Устиновой. М.: Наука, 2007. С. 373-390.
33. Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. М., 2002. С. 155.
34. Савин С.Д. Измерение этнических конфликтов: к проблеме анализа сенситивных тем//Современные проблемы исследований транснационализма и миграции. Том II. Теория, методология, эмпирика сравнительного исследования: поэтика и практика/ Под ред. А.В. Резаева и П. Кивисто. – СПб.: Скифия-принт, 2016. - С.116-131.
35. Савин С.Д. Массовое сознание российского общества под влиянием этнонациональных версий исторического прошлого//Дискурс.-2018.-№1, С. 71-83.
36. Серегина И.А., А.П. Чудинов. Метафорическая интерпретация событий в Крыму// Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. №16. 2014. С.252-255.
37. Сикевич З.В. Этничность как социально-психологический феномен//Интегративный подход к познанию психологии человека: В.Н. Панферов, В.В. Знаков, Е.Ю. Коржова и др. / Под научной редакцией Е.Ю. Коржовой. – СПб.: Издательство РГПУ им. А.И. Герцена. 2017. – С.268-280.
38. Скворцов Н.Г. Этнический фактор в межнациональных отношениях (уроки 80–90-х гг. ХХ в.)// Гуманитарий юга России, 2017. Т.6, №3, С. 30-37.
39. Смит А. Д. Мифы и воспоминания о народе. Оксфорд: Oxford University Press, 1999. 288 с.
40. Социальные факторы межэтнической напряженности в России: монография / М. Ф. Черныш и др.; отв. ред. Ю. Б. Епихина, М. Ф. Черныш. Москва: ФНИСЦ РАН, 2017. — 336 с.
41. Социология межэтнической толерантности/ Отв.ред. Л.М. Дробижева. М.: Изд-во Института РАН, 2003. -222 с.
42. Тишков В.А. Реквием по этносу. Исследования по социально- культурной антропологии. М., 2003, 122 с.
43. Тишков В. А. Социальное и национальное в историко-антропологической перспективе// Вопросы философии. 1990. №12. С. 8.
44. Уржумцева А.О. Украина, Россия и Евросоюз в ноябре 2013 года: метафорический образ стран и их взаимоотношений в испанской газете «Эль Паис»//Политическая лингвистика, №2. Изд-во Уральский государственный педагогический университет. 2014. С.195-200.
45. Усова Н.П. Средства массовой информации как механизм регулирования межнациональных отношений. Автореферат дисс… к. п. н. 2004. 56 с.
46. Фортунова М.Г. Информационные факторы формирования конфликтогенных этнических стереотипов//Тенденции развития науки и образования. №46. Часть 3. Изд. НИЦ «Л-Журнал».2019. С.23-27.
47. Халлисте О.В. Этноконфликтологический мониторинг как часть привентивной политики по противодействию экстремизму в РФ//Право и государство: проблемы методологии, теории и истории. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции: в 2-х частях Краснодарский университет МВД России. - Том. Часть 1, С. 217-223.
48. Черныш МФ. Межэтническая напряженность в меняющемся социальном контексте: результаты исследования / М. Ф. Черныш и др.; Отв. редактор М. Ф. Черныш. – М.: ФНИСЦ РАН, 2017. – 133 с.
49. Шварц М.И. Фактоиды как средство конструирования социальной реальности//Социально-гуманитарный вестник: Всероссийский сборник научных трудов. Специальный выпуск «Мировоззренческие и методологические проблемы современного социогуманитарногознания»: материалы Региональной научно-практической конференции. Краснодар. 2011. С.65-71.
50. Шулежкова С.Г., Позднякова Н.В. Публицистический арсенал современных общественных движений (гражданская война на Украине в российских СМИ) //Вестник Кемеровского государственного университета 2015 № 4 (64) Т. 4. С.260-264.
51. Этнический стереотип — конфликтоген?// Идентификационные стратегии диаспорных и земляческих групп в российских регионах: сб. статей /Под ред. А.В. Дмитриева. М.: Новый Хронограф, 2016. С.41-51.
52. Barth F. (ed.) Ethnic Groups and Boundaries. Bergen, 1969, 153 с.
53. Brass R. Ethnicity and Nationalism: Theory and Comparison. New Delhi, 1991. 360 с.
54. Brubaker R. Nationalism Reframed. Cambridge, 1996, 202 с.
55. Gil-White F.J. How Thick Is Blood? The Plot Thickens// Ethnic and Racial Studies. 1999. № 22. P. 789–820.
56. Hall S. New Ethnicities,” in Identities, ed. Linda Martin Alcoff and Eduardo Mendieta. Oxford: Blackwell. 2003. P. 90–95.
57. Horowitz D. Ethnic Groups in Conflict. University of California Press, 1985. 707 p.
58. Lippman W. Public opinion. London. 1922. -210р.
59. Mann М.А. Political Theory of Nationalism and Its Excess// Periwal S. (ed.) Nations of Nationalism. Budapest, 1995.
60. Rothschild J. Ethnopolitics: A Conceptual Framework. N.Y. : Columbia University Press, 1981.
61. Smith A. The Ethnik Origins of Nations. Oxford, 1986. 312 р.
62. Smith A.D. Ethno-symbolism and Nationalism: A Cultural Approach. NY: Routledge, 2009.-184 p.
63. Методические рекомендации по использованию специальных познаний по делам и материалам о нарушении средствами массовой информации национального, расового и религиозного равноправия. Цит. по: Макеева Л. Правовой анализ нормативной базы по разжиганию национальной, социальной, религиозной нетерпимости и розни // Российская пресса в поликультурном обществе. С. 170-172.

Электронные ресурсы

1. Двинский В.Межнациональные отношения и средства массовой информации [Электронный ресурс], URL: http://www.interethnic.org/novosti-tsentra/mezhnatsionalnyie-otnosheniya-i-sredstva-massovoy-informatsii.html (дата обращения 1.03.2019).
2. Декларация об основных принципах, касающихся вклада средств массовой информации в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма и апартеида и подстрекательства к войне [Электронный ресурс]//URL:http://praestes.ru/deklaraciya-o-smi/(дата обращения 1.03.2019).
3. Джамалов П. Межнациональные отношения и средства массовой информации [Электронный ресурс], URL: http://www.interethnic.org/novosti-tsentra/mezhnatsionalnyie-otnosheniya-i-sredstva-massovoy-informatsii.html (дата обращения 1.03.2019).
4. Лододо И. Межнациональные отношения и средства массовой информации [Электронный ресурс], URL: http://www.interethnic.org/novosti-tsentra/mezhnatsionalnyie-otnosheniya-i-sredstva-massovoy-informatsii.html (дата обращения 1.03.2019).
5. Ганцева Д. Этническая пресса в «простреливаемом» пространстве // Российская пресса в поликультурном обществе. С. 224.
6. Лянге М. В СССР национальный вопрос решила армия [Электронный ресурс], URL: https://rus.rus4all.ru/ethnology/20130220/724032499.html (дата обращения 1.05.2019 г.).
1. Липпман Уолтер. Общественное мнение/Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Barth F. (ed.) Ethnic Groups and Boundaries. Bergen, 1969, 153 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Brubaker R. Nationalism Reframed. Cambridge, 1996, 202 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Геллнер Э. Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991. 320 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Mann М.А. Political Theory of Nationalism and Its Excess// Periwal S. (ed.) Nations of Nationalism. Budapest, 1995. [↑](#footnote-ref-5)
6. Smith A. The Ethnik Origins of Nations. Oxford, 1986. [↑](#footnote-ref-6)
7. Gil-White F.J. How Thick Is Blood? The Plot Thickens// Ethnic and Racial Studies. 1999. № 22. P. 789–820. [↑](#footnote-ref-7)
8. Hall S. New Ethnicities,” in Identities, ed. Linda Martin Alcoff and Eduardo Mendieta. Oxford: Blackwell. 2003. P. 90–95. [↑](#footnote-ref-8)
9. Барбашин М. Ю. Современные социологические подходы в изучении этничности// Социально- гуманитарные знания. 2005. № 4. С. 167–181. [↑](#footnote-ref-9)
10. Smith A.D. Ethno-symbolism and Nationalism: A Cultural Approach. NY: Routledge, 2009.-184 p. [↑](#footnote-ref-10)
11. Смит А. Д. Мифы и воспоминания о народе. Оксфорд: Oxford University Press, 1999. C. 9. [↑](#footnote-ref-11)
12. Rothschild J. Ethnopolitics: A Conceptual Framework. N.Y. : Columbia University Press, 1981. [↑](#footnote-ref-12)
13. Horowitz D. Ethnic Groups in Conflict. University of California Press, 1985. 707 p. [↑](#footnote-ref-13)
14. Brass R. Ethnicity and Nationalism: Theory and Comparison. New Delhi, 1991. 360 с. [↑](#footnote-ref-14)
15. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. М., 1983. 412 с. [↑](#footnote-ref-15)
16. Тишков, В. А. Социальное и национальное в историко-антронологической перспективе// Вопросы философии. 1990. №12. С. 8. [↑](#footnote-ref-16)
17. Социология межэтнической толерантности/ Отв.ред. Л.М. Дробижева. М.: Изд-во Института РАН, 2003. С. 44. [↑](#footnote-ref-17)
18. Асмолов А.Г. , Шлягина Е.И. Национальный характер и индивидуальность: опыт этнопсихологического анализа // Психологические проблемы индивидуальности. Вып. 2. - М., 1984. – С. 257–260. [↑](#footnote-ref-18)
19. Байбурин А.К. Некоторые вопросы этнографического изучения поведения // Этнические стереотипы поведения. Л.: Наука,1985. – С. 7-22. [↑](#footnote-ref-19)
20. Асмолов А.Г. Психология личности: Принципы общепсихологического анализа. М., 2001. – 302 с. [↑](#footnote-ref-20)
21. Дмитриев В.А. Этнический стереотип — конфликтоген?// Идентификационные стратегии диаспорных и земляческих групп в российских регионах: сб. статей / Под ред. А.В. Дмитриева. М.: Новый Хронограф. 2016. С.41-51. [↑](#footnote-ref-21)
22. Гладких С.В. Этнические стереотипы и проблемы межкультурного общения // Этнические проблемы современности: Сб. статей. Вып. 5. Ставрополь, 1999. – С. 57-65. [↑](#footnote-ref-22)
23. Lippman W. Public opinion. London. 1922. -210р. [↑](#footnote-ref-23)
24. Паин Э.А. Этнополитический маятник. Динамика и механизмы этнополитических процессов в постсоветской России. М.: Институт социологии РАН, 2004. С. 35. [↑](#footnote-ref-24)
25. Савин С.Д. Массовое сознание российского общества под влиянием этнонациональных версий исторического прошлого//Дискурс.-2018.-№1, С. 76. [↑](#footnote-ref-25)
26. Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета. 1996. -160 с. [↑](#footnote-ref-26)
27. Иголкин А. Пресса как оружие власти// Россия XXI. 1995. N 11-12. С. 68 – 86. [↑](#footnote-ref-27)
28. Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета. 1996. -160 с. [↑](#footnote-ref-28)
29. Сикевич З.В. Этничность как социально-психологический феномен//Интегративный подход к познанию психологии человека: В.Н. Панферов, В.В. Знаков, Е.Ю. Коржова и др. / Под научной редакцией Е.Ю. Коржовой. – СПб.: Издательство РГПУ им. А.И. Герцена. 2017. – С.275. [↑](#footnote-ref-29)
30. Пересветов В. Журналистика. Секреты успеха СПб.: Тровант, 2009. - С.29. [↑](#footnote-ref-30)
31. Скворцов Н.Г. Этнический фактор в межнациональных отношениях (уроки 80–90-х гг. ХХ в.)// Гуманитарий юга России, 2017. Т.6, №3, С.61. [↑](#footnote-ref-31)
32. Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. М., 2002. С. 155. [↑](#footnote-ref-32)
33. Социальные факторы межэтнической напряженности в России : монография / М. Ф. Черныш и др.; отв. ред. Ю. Б. Епихина, М. Ф. Черныш. Москва: ФНИСЦ РАН, 2017. — С. 198. [↑](#footnote-ref-33)
34. Релжич Д. Средства массовой информации и трансформация этнополитических конфликтов// Этнополитический конфликт: пути трансформации: настольная книга Бергховского центра / Под ред. В. Тишкова, М. Устиновой. М.: Наука, 2007. С. 373-390. [↑](#footnote-ref-34)
35. Малькова В.К. Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности//Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. М. 2002. С. 158-159. [↑](#footnote-ref-35)
36. Социология межэтнической толерантности/ Отв.ред. Л.М. Дробижева.-М.: Изд-во Института РАН, 2003.-С.11. [↑](#footnote-ref-36)
37. Методические рекомендации по использованию специальных познаний по делам и материалам о нарушении средствами массовой информации национального, расового и религиозного равноправия. Цит. по: Макеева Л. Правовой анализ нормативной базы по разжиганию национальной, социальной, религиозной нетерпимости и розни // Российская пресса в поликультурном обществе. С. 170-172. [↑](#footnote-ref-37)
38. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. — 308 с. [↑](#footnote-ref-38)
39. Леонтьев А.А. Психологические характеристики текстов СМИ, являющиеся предметом психологической экспертизы// Психологическая экспертиза ксенофобии в средствах массовой информации / Методические рекомендации для работников правоохранительных органов. М., 2003. С. 38-39. [↑](#footnote-ref-39)
40. Леонтьев А.А. Психолингвистические приемы введения в заблуждение реципиентов СМИ и политической пропаганды// Психологическая экспертиза ксенофобии в средствах массовой информации, С. 60-64. [↑](#footnote-ref-40)
41. Тишков В.А. Реквием по этносу. Исследования по социально- культурной антропологии. М., 2003, с.122. [↑](#footnote-ref-41)
42. Шварц М.И. Фактоиды как средство конструирования социальной реальности//Социально-гуманитарный вестник: Всероссийский сборник научных трудов. Специальный выпуск «Мировоззренческие и методологические проблемы современного социогуманитарного знания»: материалы Региональной научно-практической конференции. Краснодар. 2011. С.67. [↑](#footnote-ref-42)
43. Декларация об основных принципах, касающихся вклада средств массовой информации в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма и апартеида и подстрекательства к войне [Электронный ресурс]//URL:http://praestes.ru/deklaraciya-o-smi/(дата обращения 1.03.2019). [↑](#footnote-ref-43)
44. Ляпин С. Русская правда // Так это было: Национальные репрессии в СССР/С. Ляпин- М., 1993. Т.2. С.301-306. [↑](#footnote-ref-44)
45. Российская газета [Электронный ресурс]. – URL: http://rg.ru/ (дата обращения: 10.02.2018). [↑](#footnote-ref-45)
46. Известия [Электронный ресурс]. – URL: http://izvestia.ru/ (дата обращения: 07.02.2018). [↑](#footnote-ref-46)
47. Московский комсомолец [Электронный ресурс]. – URL: http://www.mk.ru (дата обращения 12.02.2018). [↑](#footnote-ref-47)
48. Комсомольская правда (КП) [Электронный ресурс]. – URL:http://www.mk.ru (дата обращения 15.02.2018). [↑](#footnote-ref-48)
49. Украинцы лучше владеют русским языком, чем украинским: соцопрос //Информационное агентство REGNIUM[Электронный ресурс]- Режим доступа <https://regnum.ru/news/749712.html> (дата обращения 25.04.2019 г). [↑](#footnote-ref-49)
50. Серегина И.А., А.П. Чудинов. Метафорическая интерпретация событий в Крыму// Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. №16. 2014. С.252-255. [↑](#footnote-ref-50)
51. Уржумцева А.О. Украина, Россия и Евросоюз в ноябре 2013 года: метафорический образ стран и их взаимоотношений в испанской газете «Эль Паис»//Политическая лингвистика, №2. Изд-во Уральский государственный педагогический университет. 2014. С.195-200. [↑](#footnote-ref-51)
52. Будаев Э.В., Курейко В. В. Метафорическая репрезентация кризиса на Украине в русскоязычных комментариях новостных порталов //Политическая лингвистика. №4. Изд-во Уральский государственный педагогический университет. 2016. С.93-97. [↑](#footnote-ref-52)
53. Алексеева А.А. «Крым наш»: Конфликтные речевые тактики в социальной сети «ВКонтакте». Политическая коммуникация: Перспективы развития научного направления//Материалы Международной научной конференции. ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет». 2014. [↑](#footnote-ref-53)
54. Савин С.Д. Измерение этнических конфликтов: к проблеме анализа сенситивных тем//Современные проблемы исследований транснационализма и миграции. Том II. Теория, методология, эмпирика сравнительного исследования: поэтика и практика/ Под ред. А.В. Резаева и П. Кивисто. – СПб.: Скифия-принт, 2016. - С.116-131. [↑](#footnote-ref-54)
55. Фортунова М.Г. Информационные факторы формирования конфликтогенных этнических стереотипов//Тенденции развития науки и образования. №46. Часть 3. Изд. НИЦ «Л-Журнал».2019. С.23-27. [↑](#footnote-ref-55)
56. Попова, В.О., Балезина Е.А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания //Вестник Пермского университета. Выпуск 2(22). 2015. С. 89-94. [↑](#footnote-ref-56)
57. Мукомель В.И. Ксенофобия и насилие в России: современные и грядущие вызовы// Вестник Института Кеннана в России. 2009. Выпуск 16. [↑](#footnote-ref-57)
58. Этнический стереотип — конфликтоген?// Идентификационные стратегии диаспорных и земляческих групп в российских регионах: сб. статей / Под ред. А.В. Дмитриева. М.: Новый Хронограф, 2016. С.41-51. [↑](#footnote-ref-58)
59. Малькова В.К. Этническая тематика в российском информационном пространстве//Коммуникология-Т.5, №3,2014- С.101-117. [↑](#footnote-ref-59)
60. В.А. Авксентьев, С.Н. Зинев, Э.Т. Майборода. Информационная доминанта в блоковых конфликтах // Конфликтология: ежеквартальный научно-практический журнал. - 2009. - №2. - С. 95-111. [↑](#footnote-ref-60)
61. Мусаев А.И. К вопросу о роли информационного фактора в этнополитическом конфликте // Конфликтология. Фонд развития конфликтологии №1,-2015.- С.215. [↑](#footnote-ref-61)
62. Усова Н.П. Средства массовой информации как механизм регулирования межнациональных отношений. Автореферат дисс… к. п. н. 2004. 56 с. [↑](#footnote-ref-62)
63. Лододо И. Межнациональные отношения и средства массовой информации [Электронный ресурс], URL: <http://www.interethnic.org/novosti-tsentra/mezhnatsionalnyie-otnosheniya-i-sredstva-massovoy-informatsii.html> (дата обращения 1.03.2019). [↑](#footnote-ref-63)
64. Мухин О.В. К вопросу об использовании средств информационной войны в российской прессе в XXI веке (на примере событий на Украине)//Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. №2. С. 117. [↑](#footnote-ref-64)
65. Коробкина А.Н. Эксплуатация этничности как угроза национальной безопасности//Теория и практика общественного развития/Издетельский дом «Хорс», №6, 2012, С.35-37. [↑](#footnote-ref-65)
66. Шулежкова С.Г., Позднякова Н.В. Публицистический арсенал современных общественных движений (гражданская война на Украине в российских СМИ) //Вестник Кемеровского государственного университета 2015 № 4 (64) Т. 4. С.260-264. [↑](#footnote-ref-66)
67. Крынина О.Ю. Этничность и СМИ: опыт освещения межэтнических конфликтов в современных средствах массовой информации (на материалах печатных публикаций в период грузино-югоосетинского конфликта// Вестник Адыгейского государственного университета, 2009. № 3. С. 117-120 [↑](#footnote-ref-67)
68. Лепилкина О.И. Роль местной прессы в полиэтничном регионе//Этнические проблемы современности. Вып.13. Ставрополь, 2008, С.31. [↑](#footnote-ref-68)
69. Байдулаева Н.Р., Гарунова Н.Н. Роль СМИ в освещении этнополитических конфликтов (на примере проблемы восстановления Ауховского района Республики Дагестан)//Известия Волгоградского государственного технического университета. Серия: Проблемы социально-гуманитарного знания. Т.21. №7. 2015-с.25-27. [↑](#footnote-ref-69)
70. Бирагова Б.М. Роль СМИ в регулировании современных этнополитических конфликтов (на примере грузино-югоосетинской войны августа 2008 года//Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова Общественные науки 2010. № 2. С.48-52. [↑](#footnote-ref-70)
71. Халлисте О.В. Этноконфликтологический мониторинг как часть привентивной политики по противодействию экстремизму в РФ//Право и государство: проблемы методологии, теории и истории. материалы III Всероссийской научно-практической конференции: в 2-х частях Краснодарский университет МВД России. - Том. Часть 1, С. 219. [↑](#footnote-ref-71)
72. Черныш МФ. Межэтническая напряженность в меняющемся социальном контексте: результаты исследования / М. Ф. Черныш и др.; Отв. редактор М. Ф. Черныш. – М.: ФНИСЦ РАН, 2017. – 133 с. [↑](#footnote-ref-72)
73. Двинский В.Межнациональные отношения и средства массовой информации [Электронный ресурс], URL: http://www.interethnic.org/novosti-tsentra/mezhnatsionalnyie-otnosheniya-i-sredstva-massovoy-informatsii.html (дата обращения 1.03.2019). [↑](#footnote-ref-73)
74. Джамалов П. Межнациональные отношения и средства массовой информации [Электронный ресурс], URL: http://www.interethnic.org/novosti-tsentra/mezhnatsionalnyie-otnosheniya-i-sredstva-massovoy-informatsii.html (дата обращения 1.03.2019). [↑](#footnote-ref-74)
75. Ганцева Д. Этническая пресса в «простреливаемом» пространстве // Российская пресса в поликультурном обществе. С. 224. [↑](#footnote-ref-75)
76. Лянге М. В СССР национальный вопрос решила армия [Электронный ресурс], URL: https://rus.rus4all.ru/ethnology/20130220/724032499.html (дата обращения 1.05.2019 г.). [↑](#footnote-ref-76)
77. Левада-центр [Электронный ресурс]. – URL: http:// https://www.levada.ru/2018/03/26/rossijsko-ukrainskie-otnosheniya-3/ (дата обращения 27.03. 2018). [↑](#footnote-ref-77)
78. Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс] //Система ГАРАНТ- Режим доступа http://base.garant.ru/70284810/#friends#ixzz44gnt3cht. [↑](#footnote-ref-78)