

УДК 316.772

Сфера риска в освещении темы религии**Шайхитдинов Т.В.**

Аспирант кафедры татарской журналистики
Казанского (Приволжского) федерального университета

Сферой риска в освещении темы религии по мысли автора статьи, является медиасфера, прежде всего – Интернет-пространство. Рядовые пользователи могут быть втянуты в потребление информационных продуктов, содержащих в себе ярко выраженную языковую агрессию. Порожденные ею настроения часто переходят в комментарии к публикациям СМИ, посвященным конфессиональным отношениям. Ответственность при этом ложится в том числе и на профессиональных медиаспециалистов, журналистов, которые не должны провоцировать образы вражды в обыденном сознании через поворот острой темы и способы ее подачи.

Ключевые слова: тема религии, образы вражды, комментарии пользователей, сфера риска.

Язык вражды – так принято обобщать средства выражения резко отрицательного отношения носителей иной системы религиозных, национальных, культурных или же специфических установок. Язык вражды включает в себя всю совокупность медиатекстов, их вариаций и элементов – заголовков, фотографий, карикатур и т.п., – прямо или косвенно способствующих возбуждению национальной или религиозной вражды [1].

В 2005 г. руководитель исследовательской группы Информационно-аналитического центра «Сова» А. Верховский отмечал, что в мониторинге российской медиасферы, который их центр ведет с 2001 г., религиозно ориентированный язык вражды (т.е. направленный на конфессионально определяемые объекты) встречается не так уж часто по сравнению с языком вражды, ориентированным этнически. По данным их исследовательской группы, даже после захвата заложников в «Норд Осте», осуществленном не только под сепаратистскими, но и под исламскими лозунгами, доля высказываний, интолерантных по отношению к исламу и мусульманам, была довольно мала: чуть больше 5 % высказываний, поддерживаемых авторами публикаций, а всего – менее 4 % [2, с. 30]. Сегодня ситуация в информационно-тематической повестке дня российской медиасферы существенно изменилась. По данным мониторинга

Информационно-аналитического центра «Сова», в 2015 г. в шестидесяти регионах страны 199 процессов завершилось обвинительными приговорами за ксенофобскую пропаганду [3].

Эта печальная статистика подтверждает наблюдения ученых гуманитариев о неготовности секулярного общества к равноправному диалогу с верующими [4]. Данная ситуация носит международный характер. Философы констатируют начавшийся в конце XX в. вызванный антропологическим кризисом процесс духовного размежевания в мире. Тема межконфессиональных отношений выдвинулась в нашу эпоху на передний план. Спекулирующий на ней международный терроризм довел до крайних проявлений язык вражды, сделав его неизменной частью своих манипулятивных стратегий, внедряемых в Интернет-пространство мирных граждан. В этой связи медиасферу можно назвать сферой риска для межконфессиональных отношений, для освещения темы религии.

Несмотря на то, что средства массовой информации как лицензированные организации с профессиональным штатом сотрудников несут ответственность перед законодательством своих стран, тесное сближение их с форматами Интернета может превратить рядового пользователя в жертву дегуманизированных коммуникаций. Речь о том, что даже

если сами авторы публикаций, поднимающие тему религии с целью просвещения, развенчания существующих стереотипов, а также их рядовые читатели далеки от обличительной, враждебной риторики, она может проявиться в комментариях враждебно настроенных пользователей. Их определенный процент уже «задан», сформирован на других медиаплощадках сферы риска.

Наблюдения показывают, что провоцирующими к негативной реакции становятся зачастую выступления религиозных лиц, которые от привычного канона проповеди переходят к рассуждениям на светские, мировоззренческие темы. Для примера приведем две публикации этого года, появившиеся в популярном в Казани Интернет-издании «Бизнес-Онлайн», которое активно освещает тему конфессиональных отношений. Первый материал подготовлен на основе выступления в рамках рождественских парламентских встреч в Совете Федерации на секции «Воспитание и образование: духовно-нравственные аспекты» митрополита Казанского и Татарстанского Феофана. Публикация появилась в «Бизнес-Онлайн» 31 января с красноречивым подзаголовком: «О соблюдении балансов в республике, отсутствии у школьников желания действовать для улучшения ситуации в стране и Арнольде Шварценегере» [5]. В своей речи митрополит Феофан рассуждает о снижении патриотизма у школьников, о православных ценностях. Он приводит данные исследования, согласно которому популярные герои книг и боевиков более узнаваемы в среде подростков, чем исторические личности.

Пользователи Интернета, которые оставили 164 комментария под публикацией, восприняли речь митрополита по большей части негативно. Слова священнослужителя оценивались как «мракобесие». Подобная реакция отчасти объясняется тем, что рядовые члены общества полагают, что религия не должна вмешиваться в дела государства, в частности, в образовательный процесс. Именно эта позиция проявлялась у агрессивно настроенных авторов комментариев. Наиболее часто употребляемые слова и выражения в комментариях: «не лезьте», «у нас светское государство», «церковь хочет восстановить влияние», «религия должна быть отдельно от школ». Общий настрой Интернет-пользователей свидетельствует, что они представляют собой тех, кого нельзя отнести к верующим, а способы выражения их недовольства обнаруживают у них отсутствие культуры ведения дискуссии по теме религии.

Вторая статья за авторством хазрата Рустама Батыя «Среди мусульманок есть боксеры, имамы и панки» [6] рассказывает о достижениях женщин-мусульманок в разных странах. Основная мысль статьи заключается в том, что ислам развивается и что женщина в современном исламе не является ущемленной в правах. Как пример автор приводит

женщин летчиц, женщин имамов, рассказывает о наличии женского исламского панк-рока. Автор задавался целью развенчать существующие мифы и стереотипы об исламе. Публикация вызвала интерес, Однако 104 комментария обнаружили устойчивую часть пользователей, у которых эти стереотипы только активировались. Диалог в ленте комментариев представляет собой спор сторонников и противников ислама. Основная мысль, проводимая у враждебно настроенных участников: «ислам – то же самое, что террористическая организация ИГИЛ». Отрадно, что сторонники ислама не переходили на язык вражды, предлагая оппонентам самим ознакомиться с вероучением ислама, прежде чем делать однозначные негативные выводы.

Размышляя о появлении в СМИ интолерантных смыслов, И.М. Дзялошинский указывает, что в их основе не всегда лежит прямо выраженная речевая агрессия. Выбирая тему своего будущего выступления, журналист изначально, по мысли этого автора, стремится к такому событию, такому сюжету, который несет в себе мощный заряд конфликта, легко обеспечивающего разделение его участников на «хороших» и «плохих» [7, с. 72]. В этой связи данный автор предлагает, изучая проблему толерантности, перейти от изучения «языка вражды» к «образу вражды» как устойчивой совокупности представлений и когнитивных структур, координирующих и регулирующих отношений индивида с явлениями внешнего мира. При формировании текстов «образы» проявляются как набор ожиданий, в соответствии с которыми усматриваются, отбираются, группируются и комментируются факты [7, с. 73]. Думается, что понятие образа вражды даже в большей мере, чем при анализе профессионального сознания журналистов, уместно при анализе обыденного сознания рядовых пользователей Интернета, которые становятся создателями агрессивного контента.

Кто несет ответственность за формирование такого контента? Помимо личной ответственности субъекта высказывания, ответственность несут средства массовой информации, иные информационные ресурсы (паблики) которые осуществляют формирование колонок своих новостей и модерацию комментариев к материалам. К сожалению, стремление источника информации осуществить вброс в аудиторию сенсационных сообщений оказывается зачастую сильнее, чем забота о том, чтобы избежать риска формирования образов вражды у этой аудитории.

Наблюдения показывают, что в социальной сети наиболее обсуждаемыми становятся посты в пабликах, которые ссылаются на СМИ. Пользователи в этом случае читают журналистский материал, который отображен в социальной сети. Одним из очевидных примеров того, как одним сообщением можно поднять волну образов вражды, служат по-

следствия шокирующей новости о «няне-убийце», потрясшей общественность 4 марта текущего года. Факт криминальной хроники оброс подробностями именно в Интернет-СМИ, сообщивших и о том, что женщина-убийца в момент задержания была одета по-восточному, и что она уроженка Узбекистана, и что она выкрикивала такие фразы как: «Аллах вас покарает» и «Аллах акбар». На видеохостинге *Youtube* было вывешено видео ее движения около метро. Все это вместе с многочисленными сообщениями СМИ дало повод для эмоциональных комментариев Интернет-пользователей. Их мнения выражали шок по поводу события, были проникнуты образами вражды, содержали прямую речевую агрессию против ислама. Высказывались также претензии к власти по поводу миграционной политики, выражалось негативное отношение к «гастарбайтерам» из стран Средней Азии, страх перед террористическими атаками. Негативные высказывания в адрес ислама были во многом продиктованы существующими стереотипами и предрассудками. Таким образом криминальная новость с совокупностью комментариев к ней затронула политический, национальный и религиозные дискурсы. Все это отодвинуло на задний план информацию о том, что подследственная раньше наблюдалась у психиатра, что инициирована психиатрическая проверка на ее вменяемость.

Указывая на сложный состав обыденного сознания, В.В. Ученова отмечает, что в нем присутствуют натуралистические и ценностные компоненты, конкретно-образные представления, реалистические и фантастические обобщения, традиционные и личностные предрассудки, эмпирические знания, практические навыки в их мыслительной фиксации [8, с. 195]. Таковым предстает сознание Интернет-пользователей. Изначально оно уравнивает само себя различными структурными элементами, и только целенаправленное воздействие придает ему определенную направленность.

О профессиональном сознании журналистов можно говорить как о специализированном сознании, ко-

торое руководствуется задачей создания медиатекста, способного привлечь как можно больше читателей. Представляется, что публикации, которые так или иначе затрагивают тему религии, тему межконфессиональных отношений должны быть выведены из ряда тем, которые могут служить популяризации информационного источника и его рейтингам.

Литература:

1. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 572 с.
2. Верховский А. Религиозная интолерантность и язык вражды / Язык вражды в обществе, политике и СМИ. Материалы конференции. – М.: Центр развития демократии и прав человека, 2005 // Сова: Информационно-аналитический центр. – URL: <http://www.sova-center.ru/hate-speech/publications/2004/11/d3021/>
3. Расизм и ксенофобия. Декабрь 2015. Предварительные итоги года // Сова: Информационно-аналитический центр. – URL: <http://www.sova-center.ru/racism-xenophobia/publications/2015/12/d33572/>
4. Медиа накануне постсекулярного мира. Коллективная монография / Под ред. В.А. Сидорова. – СПб.: ИД «Петрополис», 2014. – 176 с.
5. Митрополит Феофан: «Вот в Татарстане, мы тоже знаем, что непростой регион...». – URL: http://www.business-gazeta.ru/article/300680/?utm_source=search
6. Среди мусульманок есть боксеры, имамы и панки. – URL: http://www.business-gazeta.ru/article/303838/?utm_source=search
7. Дзялошинский И.М. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. – М.: Московское бюро по правам человека. «Academia», 2007. – 168 с.
8. Ученова В.В., Шомова С.А. Полифония текстов в культуре. – М.: Омега-Л, ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2003. – 392 с.

The sphere of risk in coverage of the topic of religion

T.V. Shaikhidinov
Kazan (Volga Region) Federal University

The sphere of risk in coverage of the topic of religion according to the author of article, is the media sphere, first of all – Internet space. Ordinary users can be involved in consumption of the information products comprising pronounced language aggression. The moods generated by it often pass into comments to the publications mass media devoted to the confessional relations. Responsibility at the same time lays down including on professional media experts, journalists who shouldn't provoke images of hostility in ordinary consciousness through turn of a sensitive issue and ways of her giving.

Key words: religion subject, images of hostility, comments of users, sphere of risk.