

УДК 070.1

ТЕМА РЕЛИГИИ В КОНТЕКСТЕ НОРМАТИВНЫХ ТЕОРИЙ ПРЕССЫ

Т.В. Шайхитдинов

Аннотация

Рассмотрены особенности освещения темы религии в СМИ в зависимости от того, в рамках какой теории прессы действует тот или иной источник информации. Характер деятельности французского еженедельника «Шарли Эбдо» определен как выражение либертарианской и советской теорий прессы, доведенных до крайней степени – информационного анархизма и информационного экстремизма. Утверждается, что именно факт игнорирования редакцией правил коммуникации, принятых в других моделях прессы, привел к высокой конфликтности опубликованных в еженедельнике карикатур на ислам, которые впоследствии стали причиной теракта. Обосновывается профессиональное требование к журналистам – необходимость изучать специфику других концепций прессы, чтобы не провоцировать конфликты.

Ключевые слова: нормативные теории прессы, тема религии, «Шарли Эбдо», ислам, правила коммуникации, информационный анархизм, информационный экстремизм.

Сегодня нет необходимости убеждать в том, что средства массовой коммуникации имеют мощное воздействие на общество, что они во многом определяют характер социальных отношений. Вот почему информационные конфликты воспринимаются общественностью, как правило, настороженно: они могут иметь (и часто имеют) продолжение в реальной жизни. На данный момент наибольшей группой риска в глобальном информационном пространстве являются тексты по конфессиональной тематике, прежде всего медиатексты об исламе. Общей причиной эскалации их конфликтности становится несоблюдение правил коммуникации.

Чаще всего эти правила не соблюдаются не по какому-то злому умыслу, а в связи с тем, что за ними стоят определенные культурные и социальные нормы, которые выводят на сложившийся стиль жизни, на разделяемые большинством мировоззренческие позиции. Иными словами, коммуникация с помощью медиа – это не только осуществление связи между источниками, аудиториями, конкретными лицами; это еще и взаимодействие неких ожиданий, интересов, позиций, за которыми стоят нормативные требования. Они могут быть обусловлены традицией, особенностями менталитета, местом и ролью государства (медиафера – территория государственной политики), а также характером институциональных взаимоотношений, принятых в данном социуме.

Такое взаимодействие имеет системный характер и дает теоретикам основание для разработки нормативных моделей отношений *медиа – общество* –

власть. Базовыми моделями в этом ряду выступают те, которые выявляют связь существующих в обществе конвенций, ожиданий аудитории, поведения медиапрофессионалов в той области социальных коммуникаций, где циркулируют потоки информации и где количество потребителей, одновременно воспринимающих эти потоки, сравнимо с массой. Речь идет о таких источниках информации, как СМИ, и прежде всего о такой сфере коммуникативной деятельности, как журналистика, хотя влияние нежурналистских форматов – рекламной индустрии, социальных сетей, кинематографа – тоже учитывается.

Цель настоящей публикации – рассмотреть, как существующие концепции прессы влияют на характер освещения темы религии, и показать на примере деятельности еженедельника «Шарли Эбдо», как эта тема становится крайне конфликтной, если не соблюдаются правила коммуникации, принятые в других концепциях.

Начать необходимо с характеристики самих теорий (моделей, концепций) прессы. В зарубежной коммуникативистике попытку концептуализировать положение СМИ в обществе предприняли в середине 50-х годов XX в. американские авторы Фред С. Сиберт, Уилбур Шрамм и Теодор Питерсон. Они выделили и охарактеризовали четыре теории прессы – авторитарную, либертарианскую, советскую и теорию социальной ответственности, которые исторически, сменяя друг друга, складывались в западной цивилизации. Спустя несколько лет британский исследователь Дэнис МакКуэйл добавил к этим моделям прессы еще две: национального развития (ее вызвал к жизни крах колониальной системы в 60-е годы) и социального участия (она сформировалась под влиянием включения в информационное пространство Интернета). Через 40 лет после своего выхода книга «Четыре теории прессы», будучи переведена на русский язык [1], нашла у нас своих почитателей. Это были 90-е годы – время, которое в России ознаменовано горячими общественными дискуссиями о функциях СМИ и о социальной роли журналистики. Отмечая большой объем вышедшей в те годы литературы, касающейся данной темы, Иосиф Дзялошинский выделяет наиболее общие подходы, выступавшие по отношению друг к другу как альтернативные: «рыночный» и «государственнический» [2]. Исследователь утверждает, что в рамках российской профессиональной журналистской культуры сосуществуют несколько альтернативных парадигм профессиональной деятельности, отличающихся друг от друга характером отношения журналиста к аудитории. Первая установка ставит журналиста – транслятора управленческих программ – над аудиторией, которая становится объектом управления; такой подход делает возможным воздействие с помощью пропаганды. Вторая установка размещает журналиста рядом с аудиторией и ориентирует его на отношения информирования: журналист поставляет аудитории разнообразные сведения, оказывает помощь в выражении мнений. Третья установка требует участия журналиста в поиске решений жизненных проблем; аудитория в данном случае перестает быть пассивным наблюдателем, становится помощником в решении важных вопросов [3]. В дальнейшем И. Дзялошинский, опираясь на идею С. Кирдиной о существовании идеальных типов X- и Y-институциональных матриц, выделил вертикальные, горизонтальные и гибридные коммуникативные матрицы [4, с. 58].

В казанской школе коммуникативистики модели прессы в своих работах использует Светлана Шайхитдинова. На их основе ею определены основные субъекты ответственности в медиасфере, «назначенные» в социуме в зависимости от того, какая из существующих шести моделей доминирует. Субъектом ответственности может выступить государство (авторитарная концепция), личность (либертарианская концепция), класс как социальный авангард (советская концепция), этнос (концепция национального развития), социальная группа (концепция социального участия) и журналист как представитель гражданского общества (концепция социальной ответственности прессы) [5]. По утверждению этого автора, в российском информационном пространстве представлены все шесть концепций СМИ. Как они усиливают друг друга или входят в противоречие, описано на примере СМИ Татарстана [6]. Другой исследователь – Айрат Бик-Булатов – рассматривает историческое развитие российской журналистики исходя из различных «платформ» ее ценностных моделей: светской жизни, науки, просвещения и др. [7].

В своей работе мы будем опираться на нормативные концепции прессы, которые представлены Д. МакКуэйлом в его книге «Журналистика и общество» [8]. Им охарактеризованы шесть различных моделей взаимоотношений журналиста, общества и государственной власти, которые обуславливают правила коммуникации, способы подачи материала, точку зрения общественности по важным проблемам. Определить, какая концепция прессы доминирует в той или иной стране, мы можем, поняв, от имени кого выступает журналист и чьи интересы он представляет. Этому пониманию способствует выявление роли автора в публикации и характера общественной реакции на нее. Указанными обстоятельствами во многом определяется и освещение религиозных тем. Мы сформулируем различия в раскрытии и восприятии темы религии в рамках шести концепций прессы.

Следует также учитывать, что восприятие религиозных тем зависит во многом от того, насколько сильно переплетены религиозный опыт и быт человека. Кроме того, важно понять, какую роль играет религия в том или ином государстве, какие слои населения ее исповедуют. Поэтому к факторам, которые влияют на освещение и восприятие религиозной тематики в СМИ, необходимо отнести также следующие: 1) степень секуляризации социума; 2) отношения религии и государства; 3) авторитетность религии среди населения. Рассмотрим, как взаимодействие данных факторов в рамках различных концепций прессы определяет особенности подачи темы религии в СМИ.

Авторитарная концепция прессы сформировалась первой в ходе развития института СМИ. В рамках данной модели журналист отражает точку зрения государственной власти. Исследователи сравнивают деятельность такого журналиста с деятельностью работника пресс-службы: и тот и другой в конечном счете являются выразителями корпоративных интересов. Если в стране доминирует авторитарная теория, то вмешательство власти в работу СМИ становится обычным делом, правилом коммуникации. В наиболее крайних проявлениях данной концепции существует институт цензуры и грубое экономическое давление, ведущее к монополизации информационного рынка, при которой самостоятельные издания не выдерживают конкуренции. Репрезентация темы религии

в рамках данной нормативной модели полностью зависит от ее положения в стране. Если религия является государственной, а общество религиозным, то религиозные темы станут обязательной частью повестки дня. Подходы к их раскрытию будут едиными, соответствующими интересам религиозно-политической элиты. Информация о других конфессиях, существующих в стране, будет сводиться к минимуму.

Советская концепция рассматривается теоретиками как разновидность авторитарной. Основным субъектом в ней является не государство, а передовой класс со своей партией, поскольку в то время, когда складывалась эта концепция, советского государства еще не было. Медиа выполняет функции социализации, общественного контроля и мобилизации в направлении запланированных социальных и экономических целей. Поэтому в рамках этой модели открыто провозглашается, что агитация, пропаганда и организация выступают основными функциями прессы. Вокруг них формируются и правила коммуникации. Диапазон личной интерпретации автора ограничивается набором устойчивых характеристик сюжетов материалов. Как и в авторитарной модели, здесь возможна жесткая цензура. В этой связи верующих среди целевых аудиторий у таких СМИ практически нет. Источники информации разделяют атеистическую позицию, и рассмотрение темы религии происходит в них от имени идеологизированной науки, которая заявляет, что «Бога нет», а «религия – опиум для народа».

Либертарианская концепция прессы формировалась как оппозиционная авторитарной. Она завоевывала публичное пространство вместе с идеями первых буржуазных революций. Через свободу слова новый класс добивался свободы личности, выражаемой прежде всего через предпринимательство. Государство теряет свое влияние на средства массовой информации, у которых нет единых правил коммуникации. Традиционные ценности отходят на второй план, индивид имеет право выразить любую точку зрения – как положительную, так и отрицательную – и по отношению к религии. Количество материалов, касающихся той или иной конфессии, зависит от рейтингового положения темы. Слово дается представителям любых конфессий. И любая конфессия может быть подвергнута критике.

Для концепции социального участия значима не «вертикальная», а «горизонтальная» коммуникация. Последняя получила толчок к развитию с распространением Интернета и вовлечением в публичное пространство различных социальных групп, представители которых не являются медиапрофессионалами. В рамках этой модели признается необходимость децентрализации, деbüroкратизации институтов общественного вещания. Ее сторонники выступают за многообразие, локальность, деинституционализированность, взаимозаменяемость ролей отправителя и получателя информации. Характерно предоставление площадки для обсуждения любой группе лиц. При доминировании данной концепции религиозные общины могут свободно содержать свои средства массовой информации. Влияние государства на их контент отсутствует. Количество материалов о конкретной религии будет зависеть от числа верующих, живущих в стране. Материалы готовят непрофессионалы, и это часто сказывается на их качестве. Деинституционализация характерна для новых медиа – социальных сетей с их пабликами и для блогов. Они выступают основными площадками для данной

концепции и формируют правила коммуникации. Зоной риска является возможность вирусного распространения любого рода содержания, в том числе текстов, написанных языком вражды. Примером служит Интернет, в котором можно обнаружить сайты-однодневки с враждебной по отношению к религиям и верующим риторикой.

Концепция национального развития была разработана для развивающихся пост-колониальных стран третьего мира. Другие модели для них мало применимы, поскольку отсутствует развитая система массовой коммуникации, журналистам не хватает профессионального мастерства, нет достаточной аудитории, которая могла бы привлечь в редакции рекламодателей. Самое главное – реализация концепции осуществляется на национальном языке, которому еще предстоит завоевать устойчивое место в развитии данного социума. Основной функцией СМИ становится поддержка всего национального, и этим определяются правила коммуникации. Отстаивается культурная идентичность конкретного этноса, поддерживается ценность его самобытной истории, традиций. Как правило, все они пронизаны ценностями религиозными, которые становятся частью естественного интереса национальных СМИ. Не случайно в рамках данной теории прессы получают развитие религиозные издания, духовная публицистика. В какой-то степени эта модель схожа с авторитарной. Однако медиа, по наблюдениям Д. МакКуэйла, поддерживают правительство только в том случае, если оно проводит политику национального возрождения.

Теория социальной ответственности прессы сформировалась после Второй мировой войны, когда остро встал вопрос о возвращении общества, дегуманизованного военным временем, к идеалам мирной жизни. Социально-ответственные медиа должны были на добровольных началах взять на себя определенные обязательства перед своими аудиториями. Саморегулирующиеся СМИ призваны отражать социальный плюрализм в обществе, его гражданскую зрелость. Немаловажным является то, что медиа должны избегать всего, что может привести к нарушению общественного равновесия, к беспорядкам. Дискриминация по расовому, этническому, конфессиональному признакам недопустима – это одно из ведущих профессионально-этических правил социально ответственного журналиста. Тема религии подается в рамках данной теории в духе культуры толерантности к любым существующим религиям и их представителям. Уровень этой культуры и задает правила коммуникации.

Мы рассмотрели особенности освещения религиозной темы в контексте шести теорий прессы, которые отражают порядок взаимоотношений государства, общества и средств массовой информации. В разных странах возможно доминирование нескольких концепций, которые могут усиливать друг друга или вступать в противоречие. Их взаимодействие создает неповторимый колорит национальных информационных пространств. В то же время несогласованность этих концепций может создавать условия для столкновения информационных интересов. Для примера обратимся к опыту французского еженедельника «Шарли Эбдо» (*Charlie Hebdo*) (I), деятельность которого послужила причиной произошедшего в Париже в начале 2015 г. теракта, когда за три дня были убиты 17 человек. Наша задача – рассмотреть, какой концепции прессы придерживается данное издание и с какими теориями оно входит в конфликт.

Знаменитый французский сатирический еженедельник «Шарли Эбдо», выходящий по средам, имеет репутацию издания антиклерикальной, даже антирелигиозной направленности, в нем публикуются материалы, посвященные католицизму, исламу, иудаизму, правым радикалам и т. д. «Шарли Эбдо» издавался с 1969 по 1981 г., затем его выпуск был восстановлен в 1992 г. По словам издателя еженедельника Шарба (Стефана Шарбонье), редакция настроена отражать «все компоненты левого плюрализма».

Из-за своих публикаций еженедельник неоднократно становился центром скандальных ситуаций. В феврале 2006 г. в нем был опубликован материал «Мухаммад поражен фундаменталистами» (*Mahomet débordé par les intégristes*). На первой странице издания была помещена карикатура, изображающая пророка, говорящего «Трудно быть любимым придурками». Редакция перепечатала двенадцать карикатур на пророка, ранее опубликованных датской газетой «Джиллэндс-Постен» (*Jyllands-Posten*), добавив к ним свои собственные. В 2012 г. были опубликованы карикатуры с некорректным содержанием в связи с выходом антиисламского фильма «Невинность мусульман». В «Шарли Эбдо» печатались карикатуры, оскорбительные и для представителей других религий. В 2008 г. еженедельник опубликовал карикатуры на Папу Римского, которые привели к судебному иску. Иск был проигран.

На этот факт следует обратить внимание как на характеристику роли государства. Когда Мусульманская всемирная лига и Союз французских исламских организаций подали иск против «Шарли Эбдо» с указанием на расистский характер карикатур, тогдашний президент страны Жак Ширак их поддержал. Он выступил с осуждением этой провокационной акции еженедельника, считая, что она подогревает страсти. Однако тогда еще будущий президент страны Николя Саркози написал письмо с выражением своей поддержки «старинной французской традиции сатиры». В результате исполнительный редактор еженедельника был оправдан судом (II).

В начале 2013 г. «Шарли Эбдо» вновь публикует комиксы по мотивам биографии пророка Мухаммада. «Мы перенесли жизнь Мухаммеда в изображения так, как это рассказывают мусульманские летописцы. Без всякого дополнительного юмора, – говорилось тогда на сайте издания. – Форма может кому-то показаться богохульной, но суть совершенно халяльная» (II). Далее следует серия карикатур на пророка Мухаммеда, опубликованных в 2014 г., накануне теракта.

Таким образом, позиция редакции еженедельника «Шарли Эбдо» по освещению религиозной тематики состоит в следующем: 1) игнорирование интересов аудитории; 2) игнорирование позиции президента страны; 3) антирелигиозный, расистский характер выступлений, не связанный с общественно-значимой проблематикой; 4) декларация леворадикальных взглядов. Иными словами, деятельность «Шарли Эбдо» является воплощением таких теорий прессы, как либертарианская, доведенная до информационного анархизма, и советская в ее леворадикалистском, доведенном до информационного экстремизма выражении. Таким образом формируется жесткая оппозиция культурам, сформированным в странах с доминированием концепций, приближенных к авторитарной традиции и поддерживающих национальное развитие.

Такое тотальное игнорирование реалий многополярного мира заканчивается плохо. В начале 2015 г. два террориста совершили нападение на редакционный офис «Шарли Эбдо», в результате чего были убиты десять членов редакции и два полицейских. Драматическое событие всколыхнуло мировую общественность, вызвало бурное обсуждение в средствах массовой коммуникации. Был ли еженедельник слишком провокативным? Имел ли он право высказываться подобным образом? Каковы истинные причины теракта? Поиск ответов на эти вопросы, общая реакция в СМИ разных стран – все это отражало позиции, которые корреспондировались с теориями прессы, принятыми в этих странах.

В Европе тысячи людей приняли участие в акции солидарности с погибшими журналистами «Я – Шарли» (*Je suis Charlie*). Европейские средства массовой информации в духе либертарианской концепции освещали и интерпретировали это событие. СМИ мусульманских стран, в которых доминируют концепции национального развития и авторитарная, осудили сам террористический акт, но не поддержали акцию солидарности. Их главной задачей было доведение до мусульман призыва воздержаться от мести и агрессии (III). Такую же реакцию продемонстрировали СМИ России. «Экстремизм – путь тупиковый. Как для тех, кто оскорблен и мстит, так и для карикатуристов или тех, кто унижает других коллективно, не делая различий», – пишет «Московский комсомолец» (IV). В статье «Траурный марш “Je suis Charlie” обернулся комедией позора для французских руководителей» представлен один характерный штрих. В ряду ключевых событий, на которых акцентирует внимание журналист, есть описание того, как Франсуа Олланду во время участия в марше памяти жертв теракта не раз приходилось придерживать своего премьер-министра: «Неуместно занятно было наблюдать за тем, как президент Франции постоянно одергивал и довольно резко тормозил своего премьер-министра Мануэля Вальса, чтобы тот не шел впереди главы государства» (IV). Эта ирония и само название статьи свидетельствуют о том, что «Московский комсомолец» не снимает ответственности с французских властей за происшедшее. В России не принято, чтобы власть стояла в стороне, когда какое-либо СМИ практикует анархический леворадикальный произвол.

Пример реакции на скандальные карикатуры в духе теории социальной ответственности прессы представляет статья, опубликованная в газете «Лос-Анджелес Таймс» (*Los Angeles Times*) (V). По мнению автора публикации, проведенная после теракта акция солидарности «Я – Шарли» не только не решает серьезные культурные и политические проблемы, которые спровоцировали нападение на редакцию журнала, но и усугубляет их. Акция солидарности, по мнению американского журналиста, прославляет характерную для западной культуры свободу слова, при этом «еженедельный журнал – чьим коньком в последние несколько лет стало неустанное высмеивание ислама – слишком поспешно превратили в символ принципа свободы слова» (V). Во Франции существуют законы, направленные против агрессивных ксенофобских высказываний, а также против высказываний, подстрекающих политическое насилие. Но эти правовые ограничения исполняются выборочно. Автор приводит примеры того, как «некоторые сатирические ксенофобские речи считаются неприемлемыми, и за них можно даже подвергнуться судебному преследованию, а другие сатирические ксенофобские речи, направленные против других расовых и этнических меньшинств –

в частности против мусульманского сообщества – не только допустимы, но и становятся центральным элементом прославления предположительно западных ценностей» (V). Истоки этого события журналист видит в постколониальном конфликте, в противостоянии *мы – они* между культурами Запада и Востока. Вывод данной аналитической статьи подтверждает ценности теории социальной ответственности прессы, ориентированной на культуру толерантности: «Изучение глубинных сценариев и форм обмена и взаимозависимости между культурами, религиями и этническими группами, а также их внутренних различий, является гораздо более продуктивным способом предотвращения подобных трагедий, чем бесконечное бездумное прославление того, насколько “мы” прекрасны и насколько “они” презренны» (V).

Подведем итог. Конфликтные ситуации, которые могут возникать в информационном пространстве, не являются результатом всего лишь позиции отдельных журналистов. За этими взглядами зачастую стоят борьба интересов и противостояние ценностных систем. Их выражением являются нормативные теории прессы, которые ориентированы на разные правила коммуникации. С этим обстоятельством тесно связана специфика освещения темы религии в СМИ. Представляется важным, чтобы журналист в целях повышения своей профессиональной культуры изучал эти особенности и учитывал их в ходе своей работы.

Summary

T.V. Shayhitdinov. Religion Theme in the Context of the Normative Theories of Press.

Peculiar features of covering the religion theme in media are considered depending on the press theory, under which a given source of information functions. The publishing activity of “Charlie Hebdo”, a French weekly magazine, is in line with the libertarian and Soviet theories of press brought to the extreme, i.e., information anarchism and extremism. It is argued that the disregard of communication rules, which are generally accepted in other models of press, by the editorial staff resulted in the high conflictogenity of caricatures about Islam published in the magazine. They eventually motivated the terrorist act. The professional requirement for journalists is established, i.e., the need to study the specifics of other concepts of press in order to avoid conflicts.

Keywords: normative theories of press, religion theme, “Charlie Hebdo”, Islam, rules of communication, information anarchism, information extremism.

Источники

- I – Charlie Hebdo. – URL: <http://charliehebdo.fr>, свободный.
- II – «Шарли Эбдо» уже подвергался нападениям за карикатуры на мусульманскую тему // MKRU. – URL: <http://www.mk.ru/incident/2015/01/07/sharli-ebdo-uzhe-podvergalsya-napadeniyam-za-karikatury-na-musulmanskuyu-temu.html>, свободный.
- III – Реакция мусульман в мире на теракт во Франции // Info Islam: Общероссийское информационное агентство мусульман. – URL: http://www.info-islam.ru/publ/statji/reakcija_musulman_v_mire_na_terakt_vo_francii/5-1-0-32775, свободный.
- IV – Траурный марш “Je suis Charlie” обернулся комедией позора для французских руководителей // MKRU. – URL: <http://www.mk.ru/politics/2015/01/11/traurnyy-marsh-je-suis-charlie-obernulsya-komediey-dlya-francuzskikh-prezidenta-i-premera.html>, свободный.

V – Los Angeles Times: Истерика «Я – Шарли» лишь усугубляет ситуацию // Pravda.ru. – URL: <http://www.pravda.ru/news/world/europe/european/19-01-2015/1244395-hebdo-0/>, свободный.

Литература

1. *Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т.* Четыре теории прессы / Пер. с англ. – М.: Вагриус, 1998. – 223 с.
2. *Дзялошинский И.М.* Коммуникационные матрицы как предмет прикладной коммуникативистики // Полифония медиатекста: Сб. науч. ст. – М.: РГСУ, 2011. – С. 4–32.
3. *Дзялошинский И.М.* Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. – М.: Престиж, 2006. – 102 с.
4. *Дзялошинский И.М.* Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 461 с.
5. *Шайхитдинова С.К.* Медиаэтика. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2007. – 77 с.
6. *Шайхитдинова С.К.* Нормативные концепции СМИ в ситуации конфликта (на примере концепции национального развития СМИ в Республике Татарстан) // Кому принадлежит культура? Общественные науки и перспективы исследований социокультурных перемен / Под ред. С.А. Ерофеева. – Казань: Terra-консалтинг, 1999. – Ч. 1. – С. 227–241.
7. *Бик-Булатов А.Ш.* История журналистики: новое прочтение // Медиаконвергенция и «ситуация человека»: новые вызовы, старые вопросы: сб. ст. / Под ред. С.К. Шайхитдиновой. – Казань: Казан. ун-т, 2012. – С. 27–46.
8. *МакКуэйл Д.* Журналистика и общество / Пер. с англ. – М.: МедиаМир, 2013. – 364 с.

Поступила в редакцию
09.04.15

Шайхитдинов Тимур Витальевич – ассистент кафедры журналистики, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия.
E-mail: soneritokzn@gmail.com