

ТОПОЛОГИЧЕСКАЯ МАТРИЦА ИЗУЧЕНИЯ СМИ В КОНФЛИКТЕ

Для исследования роли, места, значения СМИ в конфликтах предлагается матрица социальной топологии, адаптированная к специфике журналистской деятельности. Апробация методов в практическом исследовании показывает основные направления, по которым может и должна совершенствоваться журналистская деятельность.

The matrix of topology is suggested for studying the role, place, significance of news media in conflicts. The matrix has been adjusted for studying journalism. The implementation of the methods in practical research shows the ways how to improve journalist's routine.

В современном понимании конфликт как социальный феномен является неотъемлемой частью жизни и функционирования любого общества – он неизбежен. Однако к возникающим противоречиям не следует относиться лишь негативно. Конфликтом можно управлять, а его деструктивные последствия свести к минимуму. Более того, в конфликте заложено конструктивное начало: он может стать источником развития общества. Важно научиться управлять им так, чтобы негативные проявления держать под контролем, а позитивные использовать для эффективного урегулирования противоречий, выхода на новый уровень отношений.

Постоянно обращаются к конфликтам в своей профессиональной деятельности журналисты. Несмотря на важность для общества эффективной работы СМИ во время различных противостояний, проблема конструктивного участия журналистов в конфликтах в отечественной науке остается малоизученной. В зарубежных школах журналистики это научное направление становится все более актуальным. В литературе появились специальные дефиниции и понятия «conflict resolution journalism», «conflict sensitive journalism», «peace journalism», которые трактуются как «способствующая разрешению конфликта журналистика», «внимательная к конфликтам журналистика», «миротворческая журналистика».

На русском языке издано всего несколько сборников и учебно-методических пособий, например, подготовленная несколькими авторами «Прикладная конфликтология для журналистов» (Москва, 2006). В диссертациях последнего десятилетия исследуются отдельные виды конфликтов, чаще всего это политические и вооруженные конфликты. Однако содержательных трудов о роли, месте и значении СМИ в конфликте вне зависимости от вида противостояния на белорусском или русском языках недостаточно.

Актуальность проблемы освещения СМИ конфликтов все больше осознается и на территории СНГ. В России, Казахстане созданы специализированные курсы для студентов. Например, «Конфликтология СМИ» в Поморском государственном университете им. М.В. Ломоносова, «Конфликтология и журналистика» в Казахском национальном университете им. Аль-Фараби. В Московском государственном университете им. М.В. Ломоносова существует курс «Основы Меж-

дународного гуманитарного права и освещение СМИ вооруженных конфликтов». В Белорусском государственном университете впервые в 2010 г. для студентов 2-го курса проводился специализированный курс по выбору «Конфликтология журналистики».

Несмотря на то что публикации и передачи о конфликтах видятся эффективным способом наращивания тиража и увеличения рейтинга передач, белорусские СМИ не всегда используют эту возможность, как, например, было в начале 2008 г. во время разногласий по поводу отселения между Минским городским исполнительным комитетом и жителями улиц К. Маркса и Володарского в Минске (см. Воробьев, Герасимович 2009). От начала до окончания противостояния в некоторых изданиях появилось лишь по одной публикации – заметке об урегулировании конфликта. Почему так происходит? Как повысить эффективность СМИ? Какие рекомендации адресовать журналистам?

Среди возможных причин неэффективных действий СМИ во время конфликтов можно выделить: ангажированность; уход от конфликта; несоблюдение профессиональной этики; необъективность; недостаток свободы СМИ; невозможность получить информацию; непрофессионализм; нехватку аналитических материалов; недостаток знаний о современных конфликтах. При этом следует учитывать и тот фактор, что у журналистов, редакторов, учредителей существует собственная «позиция» в социуме, которая по-разному может соотноситься с «позициями» не только их оппонентов, но даже и сторонников. Различные мировоззрения, многочисленные социальные связи (учредители, рекламодатели и др.) – все это важно «суммировать» и «интегрировать» при определении роли СМИ в конфликте.

Существует мнение, что журналисты лишь зеркало, отражающее происходящее. Однако журналист занимает определенную позицию по отношению к участникам конфликта уже тем, что подбирает факты для своего материала, выбирает собеседников, отдает предпочтение тем или иным выражениям, расставляет акценты, определяет количество ссылок на представителей каждой стороны. Когда же он начинает говорить о своем мнении, то тем более перестает быть зеркалом. Более того, «чистая информационность» – это иллюзия. В скрытом виде позиция все равно будет просматриваться.

Социальная позиция журналиста – одна из важнейших категорий для понимания роли СМИ в конфликте. Ее особенности определяют своеобразие массово-информационной деятельности журналиста. Под социальной позицией журналиста принято понимать поддержку тех или иных социальных сил, выражение и отстаивание их интересов. Наилучшей формой проявления социальной позиции журналиста, вероятно, следует признать «выступление в интересах тех или иных слоев общества при одновременном представительстве интересов всего общества» (Прохоров 2009, 102).

Говоря о социальной позиции журналиста, важно учитывать, что на нее влияют экономические, политические, культурные факторы (экономическое положение редакции, форма собственности, политические взгляды руководства редакции, учредителя, сложившиеся в журналистике традиции и др.). Это приводит к закономерной необходимости использовать для изучения роли, места, значения СМИ в конфликтах возможности, предоставляемые социальной топологией. Для исследования позиций журналистов, СМИ в конфликте теоретический инструментарий социальной топологии заслуживает внимания, так как дополняет принятое в теории журналистики представление о социальной позиции журналиста, предлагает методы исследования социальной позиции.

Социальная топология имеет много привлекательных сторон для изучения роли, места, значения СМИ в конфликте (см. Воробьев, Герасимович 2009). В первую очередь она предполагает анализ социальных позиций и относительных связей между ними. Современная социальная топология представлена школой П. Бурдьё. По его мнению, социология прежде всего есть социальная топология. Ученый полагал, что мир вполне по силам изобразить в форме многомерного пространства, отображающего отношения дифференциации и распределения в обществе. Каждый агент (индивид, группа, социальный институт) занимает либо отличную от других социальную позицию, либо сходную с ним. Подобная позиция в социальном пространстве называется топосом (от греч. *topos* – место). Примерами топосов могут служить «средства массовой информации», «церковь», «промышленно-финансовые группы».

Позиция имеет значение места или топоса, в котором особым образом (в каждом – по-своему) проявляются социальные отношения. С каждой позицией связаны система представлений, диспозиций, интересов и особое видение событий. Топос определяется двояко: абсолютно – как та пространственная точка, где в данный момент времени располагается агент или предмет, т. е. где он локализован; и относительно (релятивно) – как позиция или ранг в социальной иерархии. Иерархия мест-позиций СМИ в социальном

пространстве может определяться в соответствии, во-первых, с общим объемом капитала в различных его видах (экономического, политического, культурного и т. п.), а во-вторых, соотносительно с его структурой, т. е. по относительному весу различных видов капитала в общем объеме.

У журналистики есть возможность создавать особый вид символического капитала – известность. Капитал известности и признания того или иного издания как авторитетного, профессионального и т. д. весьма ценен и обладает большой способностью к обмену, конвертации в другие виды. К примеру, капитал может быть вполне конвертируем в денежный (см. Фомичева 2007, 126–127). Тогда в отношении к конфликтам символический капитал вполне может быть направлен одной из противоборствующих сторон на достижение своих целей.

Каждое издание занимает отличную от других позицию в социальном пространстве, следовательно, и под специфическим углом зрения освещает конфликты. Позиция печатного издания в конфликте проявляется в публикациях (и даже в их отсутствие, что может свидетельствовать об «уходе» от освещения конфликтов или о том, что журналисты не считают тот или иной конфликт достойным общественного внимания). Каждая публикация дает определенное представление о конфликте – «точку зрения». Публикация может включать различные мнения, взгляды, однако их подбор – вполне определенная «картина событий», которая может в разной степени отличаться от предложенных «точек зрения», «картин событий» другими изданиями.

Понятие социальной позиции в топологии тесно связано с понятием поля – специфической системы объективных связей между различными позициями, находящимися в альянсе или в конфликте, в конкуренции или в кооперации. Поле представляет собой пространство позиций, определяемых социально и в большой степени не зависящих от физического существования индивидов, например, поле политики, экономики, культуры, науки, религии и др. «Понятие поля является инструментом исследования, главная функция которого – дать возможность научного конструирования социальных объектов» (Бурдьё 2002, 109).

Выделяется исследователями и поле журналистики. Одной из его главных характеристик называется противостояние между высокими профессиональными требованиями, признанием образованной аудитории, коллег (символический капитал) и требованиями рынка с его стремлением к прибыли любой ценой (экономический капитал). Эта характеристика указывает на неоправданность ожиданий от «желтых» изданий, полностью ориентированных на логику рынка, глубоких и качественных материалов о каком-либо противостоянии, следование ими всем рекомендациям из пособий, посвященных конфликтам. Скорее всего,

«желтые издания» предпочтут сенсационную подачу материала с акцентом на деструктивных проявлениях конфликта.

Логичнее ожидать объективных и направленных на преодоление противоречий материалов от «качественной» прессы. Однако если, к примеру, «качественное» издание зависит от той или иной политической группы, вовлеченной в конфликт, то журналистская объективность вряд ли себя проявит. Таким образом, наблюдается зависимость материалов о конфликте от позиции издания в социальном пространстве, что важно учитывать при анализе поведения СМИ в тех или иных конфликтогенных явлениях, а также при предъявлении к ним «требований».

Важно учитывать, что, во-первых, в социальной системе существуют объективные структуры, не зависящие от сознания и воли людей, которые способны вызывать те или иные их действия и устремления, и, во-вторых, люди производят практики и тем самым воспроизводят или преобразуют структуры. Таким образом, журналисты не могут осуществлять свои практики независимо от предпосланных им социальных структур, которые являются необходимыми условиями и предпосылками любых практик. Они оказываются в состоянии действовать исключительно «внутри» уже существующих социальных отношений и тем самым всегда лишь репродуцировать или трансформировать их.

Понимание указанного принципа двойного структурирования действительности помогает объяснить и предвидеть поведение СМИ в конфликтных явлениях. Благодаря познанию социальных структур, с которыми связаны СМИ, и установлению существующих между ними отношений появляется возможность понимать, чем обусловлено то или иное поведение СМИ, а также выявлять их предрасположенность к тем или иным действиям.

Некоторые понятия топологии трактуются широко или употребляются неоднозначно, что затрудняет их использование на практике. Поэтому целесообразно выработать строгие интерпретации понятий, адаптировать идеи, методы к специфике журналистской деятельности при освещении конфликтов. С этой целью предлагается ввести понятие «топология СМИ», которое бы указывало на избранный способ описания социальной действительности. В этом случае под «топологией СМИ» следует понимать социальную позицию СМИ, показанную при помощи пространственно-временных характеристик, через социальные отношения с другими «топосами», а также свойства занимаемой СМИ позиции.

Также предлагается уточнить стороны изучения позиции СМИ в конфликте: позиция СМИ может рассматриваться как: а) точка зрения на конфликт; б) положение в поле конфликта (относительно участников конфликта, различных

точек зрения на него); в) положение в поле журналистики (относительно других СМИ); г) положение в полях политики, экономики, культуры. Топологический подход включает как «объективный» (статистический) анализ, так и привлечение «субъективного» материала (практических схем агентов, социальных представлений). В целях получения эмпирического материала для характеристики позиции СМИ можно использовать контент-анализ, экспертный опрос, фокус-группы и др.

Выбранный подход предоставляет достаточный спектр возможностей для анализа. Позволяет избежать дилеммы объективизм/субъективизм при рассмотрении журналистских явлений. В самом общем виде социология колеблется между двумя с виду несовместимыми точками зрения на вопрос о природе социальной реальности: объективизмом и субъективизмом. Социальная действительность, безусловно, богаче предложенных схем. И поэтому, чтобы адекватно отобразить ее, начался поиск новой методологии, альтернативных систем описания. Социальная топология стала одной из самых последних и известных попыток синтеза двух точек зрения на природу социальной реальности. Это – первое.

Второе. Предоставляет матрицу для изучения позиций СМИ в конфликте, которая позволяет изучать характер социальных практик в контексте интегрального учета различных факторов социальной жизни (экономических, политических, культурных), а также дает возможность рассматривать социальную реальность как динамическую связную структуру. Взяв за основу положения современной социальной топологии в изучении действий, роли СМИ в конфликтах и постепенно адаптировав ее, журналистика как наука не только расширит свой терминологический аппарат, но и получит доступ к новым методам исследования.

Третье. Помогает избежать нереалистичных требований. Журналисты не могут завершить конфликт (если сами не являются основными участниками конфликтов). Однако они могут помочь сторонам прийти к соглашению, предоставить информацию и «площадку» для обсуждения разногласий, предложить пути выхода.

Четвертое. Исследование приводит к пониманию того, что надо менять, совершенствовать; как журналисты могут скорректировать свои позиции, чтобы улучшить освещение конфликтов. На основании теоретических положений можно сделать выводы о том, по каким направлениям совершенствовать освещение конфликтов. Возможно, целесообразно изменение позиции СМИ в социальном пространстве. Для отдельного журналиста это может быть попытка представить себя на месте другого. Попытаться понять другую точку зрения – значит поместить себя на место, занимаемое в социальном пространстве опрашиваемым, чтобы увидеть его в положении неизбежности. Вероятно, потребуется изменить

влияние полей, например, создать «общественные СМИ», которые бы не были экономически стеснены и могли позволить себе готовить серьезные аналитические материалы о конфликтах. Не исключен алгоритм изменения практики журналистов. Повышение ответственности, требовательности к своим материалам, совершенствование профессиональных навыков, приобретение знаний о конфликтах и происходящих в обществе процессах, овладение навыками эффективного поведения в противостояниях и т. д. – все это может способствовать повышению конструктивности СМИ в конфликте.

Данные аналитические наработки были апробированы в конкретном исследовании. Исходя из указанных свойств топосов, определены позиции белорусских и российских СМИ в «молочном конфликте» («СБ. Беларусь сегодня» и «Российская газета»; «БелГазета» и «Коммерсантъ»; «Союз. Беларусь – Россия» и «Союзное вече»). Для характеристики позиций СМИ в конфликте был выработан ряд критериев, которые конкретизировали применение топологической матрицы.

Сначала были охарактеризованы публикации изданий при помощи контент-анализа, показавшего их отношение к конфликтующим сторонам, взгляд на конфликт, способы освещения противостояния и т. д. Затем позиции изданий получили характеристику относительно противоборствующих сторон, других заинтересованных лиц, организаций, учреждений. Так как определение «веса» того или иного СМИ в обществе (специфический капитал), а также объемов экономического и политического капиталов предполагает комплексное социологическое исследование, было решено провести «субъективный» анализ известности и признания того или иного СМИ, его финансовых и политических возможностей. Кроме того, была предпринята попытка представить специфический капитал СМИ при помощи следующих характеристик: количества знаков, посвященных тому или иному конфликту; тиража издания и др.

Все проанализированные издания, за исключением союзных, активно освещали конфликт. СМИ выступали с позиций учредителей, однако делалось это с разной степенью открытости и лояльности. Российские издания больше преуспели в формировании образа непредвзятости и объективности своих публикаций, используя критические замечания в адрес своей «стороны» и придерживаясь четкого разделения фактов и мнений. Позиция «Коммерсанта» отличалась разнообразием и авторитетностью источников информации.

Белорусским изданиям желательно при освещении конфликтов обратить внимание на использование большего числа источников информации, в том числе мнений специалистов, экспертов, которые могли бы указать на пути выхода из конфликта. При этом журналистскому сообществу важно учитывать реальную проблему неравного доступа к информации, чтобы не допустить развития практики «эксклюзив в обмен на лояльность». Кроме того, важно определиться, насколько четко следовать модели разделения мнений и фактов, а также учитывать роль критики и самокритики в повышении доверия к публикациям о конфликте.

Топологическая матрица изучения СМИ и ее апробация на материалах недавнего конфликта показали направления, по которым может и должна совершенствоваться журналистская деятельность. Тем не менее требуется дальнейшая разработка предложенных подходов.

ЛИТЕРАТУРА

- Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
 Воробьев В.П., Герасимович О.П. Топология СМИ в конфликте: методологический аспект // Труд. Профсоюзы. Общество. 2009. № 4. С. 66–68.
 Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2009.
 Фомичева И.Д. Социология СМИ. М., 2007.

Поступила в редакцию 16.04.10.

Ольга Петровна Герасимович – преподаватель кафедры социологии журналистики Института журналистики БГУ.