С. К. Шайхитдинова

Казанский (Приволжский) федеральный университет

«МЫ» И «ОНИ» КАК ПРЕДМЕТ МЕДИАЭТИКИ

В последние годы наблюдается всплеск патриотических настроений. Однако у «медали» есть и обратная сторона: «Мы» подразумевает чуждых «Они», что обнаруживает идеологическую парность данных идентичностей. Основания для беспокойства по этому поводу предоставляют два информационных конфликта, в которых автор этих строк выступил в качестве привлеченного эксперта Общественной коллегии по жалобам на прессу. СМИ, ставшие ответчиками в этих конфликтах, в ходе продвижения идеи патриотизма нарушили, с нашей точки зрения, гуманитарные нормы медиаэтики.

Первый спор был вызван публикацией в областной независимой газете «Томская неделя» от 20 марта 2015 г. материала Евгения Кротова «Американские ...лизы. Американские служки пытаются развалить Россию». Второй конфликт вызван вышедшей в эфир 15 июня 2015 г. репликой журналиста Валерия Татарова «Тайная аудиенция у Теффта» под рубрикой «Реакция» на телеканале «Санкт-Петербург».

Экспертный анализ показал, что материалы, вышедшие в свет в «Томской неделе» и на телеканале «Санкт-Петербург», не являются журналистскими. В них с использованием способов манипулятивного воздействия на аудиторию конструируется идеологическая «Мы-идентичность». Об этом свидетельствует:

1) создание с помощью экспрессивных выразительных средств монолитного символического единства «российского общества», «русского народа»;

2) усиленное противопоставление его «врагу» внешнему и внутреннему, символическое конструирование этого врага;

3) концептуализация частных фактов в соответствии с идеей противостояния «врагу»;

4) нелогичные аналогии, вызывающие обвинение, демонизацию определенных лиц и их действий;

5) высказывание необоснованных устрашающих версий относительно будущего;

6) воинственность.

Совокупность этих признаков свидетельствует, с нашей точки зрения, о том, что обнаруживающие их СМИ формируют социальную базу для радикальных общественных настроений.