П.Е. Мякинченко, выпускница факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова и факультета политологии Высшей школы социальных наук (Париж, Франция), студентка факультета европейских исследований Сорбонны (Sorbonne Novelle Paris 3); e-mail: contact@pollyjourn.com

РОССИЙСКАЯ И ФРАНЦУЗСКАЯ ВЕРСИЯ ГАЗЕТЫ «МЕТРО» О МИГРАНТАХ

Автор приводит результаты сравнительного исследования публикаций, связанных с иммигрантами, российской и французской версии газеты «Метро» с августа по декабрь 2010 года. Рассматриваются мнения медиаспециалистов и экспертов о роли журналистов в формировании ксенофобских настроений в обществе.

Ключевые слова: *миграция, французская журналистика, российская журналистика.*

Author gives the results of comparative investigation of the publications about immigrants in the French and Russian version of newspaper Metro from august to September 2010. The opinion of journalists and experts about role of journalists in the forming of xenophobia in the society is described.

Key words: *migration, journalism, French, Russian.*

Ни один журналист в мире не признается в разжигании межнациональной розни. Мы задались вопросом: кто или что формирует нетолерантное общественное мнение по отношению к иммигрантам? Роль СМИ в этом процессе довольно велика, и, судя по последним исследованиям, постоянно возрастает.

Журналист и медийный деятель являются одними из ключевых акторов в конструировании современных акций нетерпимости, конфликтов и насилия, уверен Валерий Тишков, известный российский этнолог[1]. Но именно журналисты, по его мнению, меньше всего осознают свою причастность к конструированию напряженности, меньше всего страдают в конфликте и меньше всех несут ответственность за жертвы и ущерб.

В России при этом журналисты работают иначе, чем в других странах. И мы можем констатировать, что уровень профессионализма не повышается. Поэтому важно разобраться, в чем причины журналистских ошибок и можно ли в будущем изменить ситуацию.

Данная статья рассматривает результаты контент-анализа всех статей о мигрантах российской и французской версий газеты «Метро» с августа по декабрь 2010 года. В этот период во Франции правительство приняло решение выселять цыган, а в России произошли печально известные события на Манежной площади.

[1] См.: *Тишков В.А.* СМИ и ксенофобия // Этножурнал. 2005. 14 янв. URL: http://www.ethnonet.ru/lib/1612-04.html (дата обращения: 05.05.2011).

Анализировались статьи в целом по выработанной нами методике по шести основным категориям: тематика публикации, герои, наличие мнения экспертов, наличие оценочности, форма предоставления информации и локализация сюжета. Всего было проанализировано 38 статей о мигрантах или миграции на французском языке и 29 статей на русском. Мы выявили конкретные характеристики публикаций, которые через формирование негативного общественного мнения могут провоцировать вражду в отношении иммигрантов и другие проявления социальной напряженности в обществе.

Кроме того, мы провели экспертные интервью с непосредственно сталкивающимися с темой миграции журналистами и редакторами разных российских и французских СМИ, с экспертами, исследователями и правозащитниками. Это позволило сделать дополнительные выводы.

Отечественная версия газеты «Метро»

Газета «Метро» в России — типичный таблоид низкого качества. Даже беглого взгляда на заголовки газеты достаточно, чтобы понять: главное для газеты — это дешевая сенсационность, сообщение о смертях, убийствах и прочем. В ней встречаются заголовки вроде «В Москве офицер до смерти избил кавказца», «Кавказцы не смогли познакомиться с москвичкой и ранили прохожего» и т.д. В одной из статей («В Петербурге задержаны “рабовладельцы”, издевавшиеся над гастарбайтером») приезжего, которого эксплуатируют двое русских, дважды называют «несчастным».

Также среди публикаций мы нашли явно непроверенную информацию, источником которой послужил слушатель «Русской службы новостей»: якобы кавказцы расстреляли русских на улице и скрылись (заметка «На Рязанском проспекте произошла крупная перестрелка»).

За исследуемый период российская газета «Метро» совершенно не интересовалась французскими событиями: ни одной статьи про цыган найти не удалось. Возможно, и к лучшему.

Простого пролистывания французской версии газеты уже достаточно, чтобы понять, что уровень политкорректности издания выше ее российского аналога. Так, цыган называют Roms, или les gens du voyage. Разумеется, это во многом связано с исторической традицией французов, в соответствии с которой этничности не существует. В стране прав человека запрещено вести статистику преступлений на почве межнациональной вражды и ненависти или помещать в газетах объявления вроде «сдам французской семье».

Результаты сравнительного анализа

Тематика публикаций газет сильно различается почти по всем пунктам. Можно констатировать, что французы гораздо чаще и больше обсуждают официальные документы и заявления политиков и чиновников. Это связано с журналистской традицией и особенностями французской повестки дня.

Напротив, их российские коллеги сосредоточивают свое внимание на темах, больше всего, по их мнению, интересующих российскую публику: отношения с местным населением, трудоустройство мигрантов (34%), а также совершаемые ими преступления и бытовые конфликты, в которых они были виноваты (33%). Однако оказалось, что и «местные» нападают на мигрантов: об этом было две статьи (6,9%). Ни о преступности, ни о конфликтах, связанных с приезжими, французская газета не пишет, потому что придерживается принципов профессиональной этики.

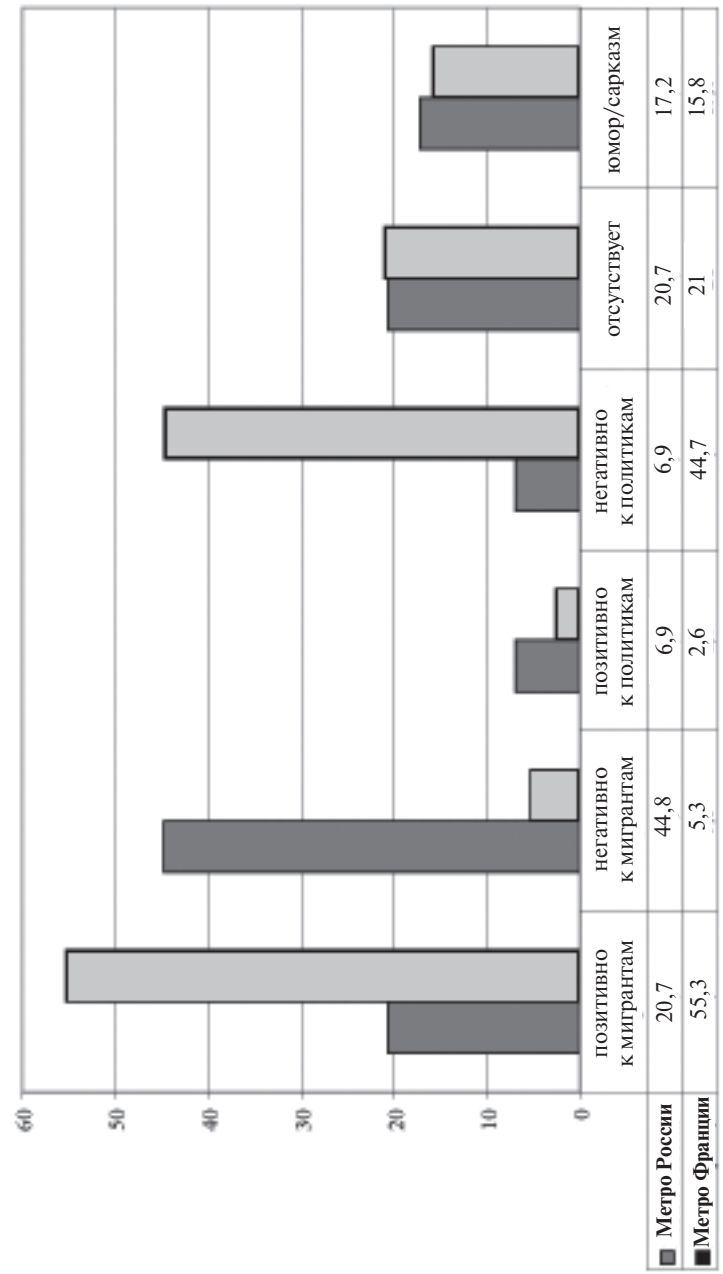
Мы видим, что среди субъектов публикации французская газета очень часто упоминает политиков (в три раза чаще), экспертов, НКО (в восемь раз чаще), а также «государство как актора». Упоминание НКО связано с развитостью гражданского общества в стране, т.е. акции организаций или их заявления являются для французских журналистов информационным поводом. Большое количество упоминаний других стран связано с общеевропейским пространством и количеством публикаций о других странах.

В то же время российскую версию газеты гораздо больше интересуют сами мигранты, правоохранительные органы и обычные граждане.

Мы исходим из того, что профессионализм журналистов напрямую связан с тем, все ли возможные точки зрения на проблему представлены в статье и присутствует ли мнение независимого эксперта. Во французской версии мнение экспертов приводится в 2,3 раза чаще, чем в российской. То есть в российской «Метро» только в каждой четвертой статье есть хоть какая-то альтернативная позиция.

Что касается типа публикаций, в российской версии есть, кроме заметок, авторские колонки, но в три раза меньше репортажей и отсутствует такой жанр, как интервью с вопросами, которые были заданы читателями. В одном таком интервью в «Метро» один из французских имамов очень доступно объясняет позицию местных мусульман, т.е. отвечает на реально интересующие людей вопросы. Такие материалы привлекают читателей не меньше, чем отечественная дешевая сенсационность.

Наша основная, но при этом и самая спорная категория — это оценочность публикации, поскольку наличие или отсутствие при-



Оценочность в газетах «Метро» России и «Метро» Франции (в % от общего числа)

знака определяет автор исследования исходя из собственного мнения. В результате анализа выяснилось, что условно «позитивных» статей по отношению к мигрантам во французской «Метро» в 2,7 раза больше, а негативных — меньше в 8,5 раза (!) При этом условная критика действий политиков и чиновников во Франции встречается в 6,5 раза чаще. Мы склонны относить это к беспристрастности и качеству работы акул пера.

Юмора или сарказма в обеих газетах примерно одинаковое количество: 15—17%. Газета «Метро» любит заигрывать с читателем, использовать фразеологизмы. При этом российская версия дает гораздо больше материалов «от первого лица», где, конечно, без иронии не обойтись.

О локализации сюжета можно сказать следующее. В обоих случаях большинство публикаций касаются страны, где выходит издание. При этом французская газета также пишет о других (44% случаев), так как очень много новостей в исследуемый период было связано с осуждением международным сообществом происходящего во Франции. Поэтому получалось, что сюжет относился одновременно и к местным событиям, и к международным.

Выводы

Благодаря проведенному анализу можно прийти к нескольким интересным выводам. Во-первых, бесплатная пресса Франции чаще и больше пишет о миграции, чем российская.

Тематика миграции во Франции больше интересует журналистов, а значит, и аудиторию. И дело здесь вовсе не только в том, что тема переселения цыган в течение двух месяцев не сходила с полос всех французских СМИ. Дело в том, что в целом эту тему обсуждают открыто и многосторонне.

Во французской версии газеты «Метро» в три раза больше репортажей. Это говорит о том, что непосредственные манифестации или рейды, связанные с миграцией, вызывают у журналистов относительно большой интерес.

В целом более терпимое отношение населения к иммигрантам и соответствующее этому более лояльное освещение данных вопросов в прессе связаны с большей зрелостью гражданского общества и государственных институтов Франции, профессионализмом и чувством ответственности журналистов.

Рекомендации экспертов

«Время, когда журналисты могли повлиять на общественное мнение, давно закончилось. Главное для нас — дать информацию, которую было бы интересно читать, чтобы человек не уснул на

первой строчке», — говорит Михаил Нешевец, редактор раздела «Россия» газеты «Метро». В идеале СМИ — это площадка для открытой общественной дискуссии. Но для того, чтобы журналисты могли задавать вопросы и решать проблемы, необходимо, чтобы была общественная потребность, считает Марина Королева, ведущая «Эха Москвы». «Если такой потребности нет, нужно менять сложившиеся отношения между журналистом и обществом».

Откуда же берутся антимигрантские настроения некоторых отечественных СМИ? Исследователи склонны винить не только журналистов-ксенофобов, но и «мобилизационный» политический фон страны, желание политиков канализировать возмущение общества действиями властей против мигрантов.

«Необходимо, чтобы власти подчеркивали, что миграция позитивна для страны, и не только в смысле приезда бывших соотечественников», — настаивает Анн де Танги, профессор университета Sciences Po в Париже. Тогда журналисты, по ее мнению, не будут дезориентированы.

Все опрошенные нами эксперты сходятся во мнении, что журналисты привыкли концентрироваться только на негативных новостях, редко анализируя тенденции и феномены. Здесь стоить отметить, что слово «мигрант» приобрело негативную окраску только в 2005 году. «Мигрант», или «иногородний», сейчас не только воспринимается как «чужак», но однозначно ассоциируется с «нерусским». Александр Верховский, директор центра «Сова», говорит, что идея «от мигрантов все зло» настолько общая, что ее никто и не стесняется, это мейнстрим, а не маргинальное высказывание.

Понятно, что аудитория может с недоверием относиться к материалам, которые в корне расходятся с личным опытом и внутренними установками человека. Но «если мы постоянно преподносим информацию под определенным углом, безусловно, это может изменить представления читателей», — считает Анн Коллан, редактор раздела «Общество» веб-сайта журнала “Le Nouvel Observateur”. По мнению Марины Королевой, СМИ только приобретет рейтинг, если пойдет против негативных стереотипных установок, потому что публику всегда привлекает конфликт и мнение несогласного.

Жанна Зайончковская, заведующая лабораторией анализа и прогнозирования миграции ИНП РАН, считает, СМИ очень редко, практически никогда не напоминают о российской исторической традиции, которая заключается в том, что Россия всегда была мультикультурным государством, пристанищем для всякого рода беженцев. «Вовсе неверно, что позитивные статьи о мигрантах будут претить отечественному читателю, потому что сочувствие свойственно русскому человеку. Наш народ лучше, чем думают о нем СМИ». И сейчас было бы очень важно показывать людям, почему

мигранты необходимы. Особенно молодежной аудитории, добавляет эксперт.

Большинство опрошенных нами журналистов считают, что их коллеги освещают вопросы иммиграции в полном объеме. Эксперты не согласны, они склонны указывать на поверхностность большинства материалов, потому что на разработку сложных сюжетов нет ни времени, ни желания. Кроме того, материалы о жизненной истории отдельно взятого человека редко публикуют.

Отечественные акулы пера, разумеется, предпочитают не брать на себя ответственность за ухудшение межнациональных отношений в стране. При этом исследователи обвиняют журналистов в усугублении стереотипов, цитировании ксенофобных высказываний без размежевания позиции спикера и автора статьи или издания и в вольной трактовке цифр и комментариев.

На основании нашего исследования можно дать некоторые дополнительные рекомендации журналистам:

— меньше писать о преступности и проблемах миграции, выровнять уровень освещения плохого и хорошего, с ними связанного;

— аккуратнее работать с данными и цифрами, более активно привлекать мнения экспертов;

— способствовать развитию в стране гражданского общества за счет поддержки инициатив некоммерческих организаций;

— привлекать к профессии журналистов разных национальностей;

— высвободиться от самоцензуры, осознать роль «приезжих» в обществе;

— инициировать открытый диалог в обществе, дать возможность высказаться всем участникам споров (кроме, конечно, экстремистов).

Желание общества

Конечно, французские журналисты, институты гражданского общества и политики неидеальны. При этом мы видим, что СМИ предпочитают отдавать себе отчет в ответственности перед обществом. Французы стараются дать слово всем заинтересованным сторонам, в том числе экспертам из числа исследователей и представителей НКО. В результате анализа статей, исследования французской журналистики и опроса экспертов выяснилось, что в целом они освещают вопросы миграции более качественно, объективно и непредвзято, во многом благодаря врожденной политкорректности.

В идеале СМИ дорожат своей репутацией и обеспечивают профессиональный, интеллигентный диалог между различными общественными силами, а не разжигают конфликты.

Что касается политиков, они сейчас черпают информацию из тех же СМИ. И порой, при отсутствии понятного посыла от власть имущих, ретранслируют неверные цифры и оценки. Получается, что искаженная информация ходит по кругу с тенденцией усугубления.

К сожалению, уровень толерантности большинства журналистов отражает уровень толерантности в обществе. «В стране царят абсолютная инертность населения и конформизм. Серьезно никто проблемы не обсуждает», — считает Михаил Нешевец. Но журналист с гражданской позицией все-таки должен быть выше обывательских представлений о мигрантах.

Известно, что интегрировать столь ненавистных многим мигрантов может только само общество. Для этого оно сначала должно захотеть их интегрировать. Разбудить в людях желание узнать правду о мигрантах и просто по-человечески к ним относиться, раз уж они нам необходимы, — в этом и заключается роль журналистов, которым не безразлично, как наше слово отзовется и повлияет на жизнь.

Поступила в редакцию
18.05.2012