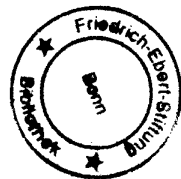


Толерантност в журналистиката

A 95 - 03760

София,
1995

SOFIDA, 1995



Фондация „Фридрих Еберт“

Факултет по журналистика и масова
комуникация

Съставителство и научна редакция
ст.н.с. Весела Табакова

FONDACIJA „FRIDRICH EBERT“

FAKULTET PO ŽURNALISTIKA I MASOVA
KOMUNIKACIJA

[Hrsg. + Red.] VESELA TABAKOVA

Толерантност
в журналистиката

TOLERANTNOST
V ŽURNALISTIKATA.

© Весела Табакова, съставителство, с/о Jusautor, Sofia

© Богдан Мавродинов, художник, с/о Jusautor, Sofia

ISBN 954-8667-05-3

↓
grafiker

СЪДЪРЖАНИЕ

Въведение

7

I

Деонтология и журналистика

8

Йохен Рафелберг (Германия)

Етиката в медиите и свободата на печата

8

Росен Кутелов

Журналистика и толерантност

21

Владимир Симеонов

Няма толерантна журналистика в нетолерантно общество

28

Луливера Кръстева

Социализация и ресоциализация

на журналистическото мислене

32

Здравка Константинова

Има ли сблъсък между толерантността и журналистиката

36

Веселина Вълканова

Концентрацията на пресата и свободата на словото

41

II

Журналистика и малцинства

45

Александър Андреев (Германия, радио „Дойче веле“)

Журналистика и етнически малцинства

45

Георги Лозанов
Езиковите убежища на нетолерантността
52

Светлозар Кирилов
Печатът и конфликтите между българи и цигани
56

Весела Табакова
Западноевропейските медии и „данирейците“
от Източна Европа
68

Лилия Райчева
Босна и чуждестранните медии
72

Снежана Попова
Медии и религиозни малцинства
75

Албена Шкодрова
Агресията като мода в българския печат
78

III

Обществена ситуация и мисия на масмедияте
84

Тотка Монова
Толерантността като проблем
на посттоталитарната журналистика
84

Димитър Найденов
Личната търпимост на журналиста
и медийният пазар
94

ВЪВЕДЕНИЕ

Сборникът „Толерантност в журналистиката“ е съставен на основата на семинар, организиран през февруари 1995 г. от Фондация „Фридрих Еберт“, Факултета по журналистика и масова комуникация и вестник „Виртшафтсблат“.

На семинара бяха изнесени четири предварително поръчани доклада. В останалите текстове авторите възстановяват — без помощта на запис — своите изказвания. По този начин сборникът представя на читателската аудитория само част от дискутираните проблеми, без да може да пресъздаде активността и динамичността на дискусиите, словесните „престрелки“, предизвиканите реплики. Но все пак се надяваме, че читателят ще може поне малко да се „потопи“ в атмосферата на една дискусия, в която участваха колеги от Германия, преподаватели от ФЖМК и журналисти от печата, радиото и телевизията.

За всички ни този разговор беше необходим.

Трансформацията на мястото и ролята на медиите постепенно води до тяхната еманципация и до редефинирането им от инструмент на властта в инструмент на взаимодействието на различни социални групи. С това самите медии се превръщат в елемент на гражданското общество и на демократичната система като цяло. Появата на плуралистичен медийен пазар съвсем не решава нито проблемите на свободата на информацията, нито гарантира духа на демократичното медийно общуване, чиято същност е толерантността и уважението към „другостта“. Обществото, в което живеем, е общество на преподреждане на ценностите. Отхвърлянето на многобройните табути, налагани върху медиите преди, в немалко случаи доведе до безотговорност на писаното или изреченото слово.

Разбира се, равнището на медиите и мястото им във формирането на демократична култура на общуването е и проблем на самото развитие на обществото. Медиите не могат да „надскачат“ или да „надхитрят“ развитието на обществото, в което съществуват. А в общество като нашето, в което няма стабилно ядро на демократична историческа памет, формирането на толерантно медийно общуване е твърде продължителен процес.

И това е причината, поради която ни е толкова нужна рефлексията и саморефлексията върху измеренията на толерантността в журналистиката, върху отговорностите на освобождаващото се слово.

I

Деонтология и журналистика

Йохен Рафелберг ЕТИКАТА В МЕДИИТЕ И СВОБОДАТА НА ПЕЧАТА

Като практичен човек разгърнах за справка Краткия английски речник „Ню Колинс“, който дава следното определение за етика:

„Философското изучаване на моралните ценности на човешкото поведение и на правилата и принципите, които го ръководят“ и още „считан за правилен кодекс на поведение, особено това на конкретна група, професия или индивид.“

По въпроса за свободата на печата Grolier Electronic Archive на САЩ дават следното ясно определение:

„Свободата на печата е правото да се събира и публикува информация или мнения без правителствен контрол или страх от наказание. Това е валидно за всякакъв вид печатен или излъчван материал, включително книги, вестници, списания, памфлети, филми и радио и телевизионни програми.“

ПЕЧАТЪТ В ДЕМОКРАТИЧНОТО ОБЩЕСТВО. И така, каква роля играят медиите в една демокрация, която, пак според „Колинс“, представлява управление на народа или на неговите избрани представители?

Очевидно е правилно да се каже, че колкото по-отворено и плуралистично става едно общество, толкова по-голямо зна-

чение придобиват неговите свободни и професионални медии. Не може обаче да се приеме, че този ключов елемент в западните медийни концепции е еднакво валиден и за всички други общества и култури. На основата на собствената си културна традиция и национална идентичност всяка страна трябва сама да реши как да организира своите медии така, че да отговорят на политическите, икономическите и обществените нужди.

Немският преподавател Мартин Льофелхолц от университета в Мюнстер сумира задачите на медиите в демокрация от западен тип в пет основни пункта:

1. Медиите като гарант на демократичните общества: те са изразители на различни социални интереси, способстват формирането на конкурентни мнения и са част от плуралистичната структура на властта.

2. Медиите способстват участието в политиката: чрез информация, формиране на мнения и критика те създават обществена арена, което е важна предпоставка за демократично общество.

3. Медиите способстват реформите в икономиката: като част от всеобхватна образователна система те носят нови познания и дават отговор на конкретни актуални въпроси.

4. Медиите способстват социалната интеграция: те помагат за развитието и запазването на националните ценности и националната идентичност.

5. Медиите са персонален съветник: те помагат на индивида да се адаптира и да разбира растящата комплексност на политическите, икономическите и културните процеси.

От казаното по-горе става ясно, че т.нар. затворени медийни системи коренно се отличават от току-що описаните отворени медийни концепции. Затворените системи, като тази в бившия Съветски съюз, се основават на строго контролирани комуникации, т.е. на медии, които са предназначени да обслужват тесни интереси: политобразование, пропаганда и агитация. Опитът показва, че отворените медийни системи са по-гъвкави и предоставят по-добра възможност за социално реформиране и журналистическо себerealизиране. Но нека изброя някои ключови елементи на отворените медийни системи:

— плуралистичност на и в медийните организации и медийното съдържание;

— отказ от претенции за притежание на абсолютната истина;

– свобода на комуникациите/пресата (Льофелхолц).

СВОБОДАТА НА ПЕЧАТА. Въпреки печалния ни опит с пагубната политика на „глайхшалтунг“, принудителен конформизъм на печата при Хитлер и неговия министър на пропагандата Гьобелс, аз съм горд да заявя, че 50 години след рухването на Третия райх свободата на печата в Германия се намира на много напреднал стадий. Толкова напреднал, че канцлерът Кол изрече на глас размислите си дали медиите не ни се качват вече на главите. Но на този въпрос ще се спра малко по-късно.

През вековете борбата за извоюване свободата на печата се оказа продължителна и трудна. Въпреки някои поражения, както например в случая с Германия, тя бе подпомагана от политическите, икономическите, технологичните и културните промени в нашите общества. Политико-философският процес, който денесе в крайна сметка свободата на печата, има истинските си корени в Просвещението от 18-и век, когато хората се надигаха с оръжие срещу всевластието на държавата и се бореа за свобода на словото.

Дебатите за свободата на печата никога не са били статични, като днес можем да разграничим две нейни интерпретации:

– Индивидуалистичното ѝ осмисляне гледа на свободата на печата като на свобода, независимо от държавата (личната неприкосновеност против държавната власт), при което медиите трябва да набират икономическа мощ и да са напълно независими от държавата.

– Функционалното ѝ осмисляне интерпретира свободата на печата като предпоставка на всяко демократично общество (обществен дълг на медиите), т.е. медиите имат общественото задължение да информират гражданите без да обслужват нечий интереси (Льофелхолц).

Ако се запитаме как може да се опази и укрепи свободата на печата, стигаме до извода, че това е въпрос на съчетаване на икономическия либерализъм със социалната отговорност. Ще илюстрирам това със следното:

В случай, че медийната система се доминира от идеите на икономическия либерализъм, т.е. ако печатът е организиран на частна и комерсиална основа, то тогава можем да се сблъскаме с проблеми на зависимост от икономическо естество, например медийно сливане и концентрация, а съдържанието на медиите придобива почти изцяло консумативна насоченост, при

което рекламната индустрия диктува съдържанието и т.н.

Но ако социалната отговорност е доминиращ медиен принцип, то в такъв случай Вие ще откриете наличието на политическа зависимост: държавата може да упражнява влиянието си върху политиката на редакционния състав, върху финансирането и върху съдържанието и програмите на медиите (Льофелхолц).

В Германия, както и в други западни страни, наложилото се решение представлява съчетание от двете. Това е дуализъм в организацията на медиите, който включва силни частни печатни издания и процъфтяващи комерсиални електронни медии – от една страна, и широкомащабна национална и регионална обществена електронна медийна мрежа – от друга страна.

ЕТИКАТА В МЕДИИТЕ. В член 5 на Германската конституция или Основния закон, както я наричат, е записано:

„(1) Всеки трябва да има правото свободно да изразява и разпространява мнението си чрез слово, в писмен вид и с образ и свободно да се информира от общодостъпни източници. Свободата на печата и свободата да се информира чрез електронни медии и филми е гарантирана. Не може да съществува никаква цензура.“

„(2) Тези права са ограничени от нормите на общите закони, от нормите на закона за защита на младежта и от правото на ненакърненост на личната чест.“

Тъй като Германската конституция и либералните регионални закони за печата (във Федерална република Германия няма закон за печата) осигуряват свободата на медиите, то отговорният по характера си журнализъм се счита за най-добрата гаранция против всякакви неоправдани ограничения от страна на властите.

В продължение на дълги години немските журналисти се отнасяха положително към това предизвикателство. Но с появата преди десетина години на комерсиални електронни медии и предавания, т.е. на комерсиални радио и телевизия, се стигна до прясната им конкуренция със силно развития (и граждански финансиран) обществен ефирен сектор.

Също и на вестникарския пазар започнаха да никнат като гъби след дъжд нови вестници и списания, не на последно място и като следствие от обединяването на Германия. Така все по-

трудно започна да става реализирането на печалби, които отиваха главно в пазарните лидери. В тези условия борбата за тиражи и програмни рейтинги, а съответно за вестникарски и електронно-медийни реклами, започна да налага жестока конкуренция и надпревара за сензации и скандали.

Това явно повлия на морала и етиката на журналистическата професия.

Будуарният журнализъм процъфтява, което означава, че нахлуването в личния живот стана съвсем обичайно; продажният журнализъм също стана почти нормална практика; тривиалното и утилитарно представяне на жената вече е неделима част от ежедневно злоупотребяващата практика на таблоиди и комерсиална телевизия. Сцени на грубата житейска действителност и порнографски програми (секс-престъпление-насилие) изместиха ентъртеймънта, т.е. фамилията развлекателни предавания и новата ключова дума вече е инфотеймънт.

МОЖЕ ДА СЕ КАЖЕ, ЧЕ ТАБУТА ПОВЕЧЕ НЕ СЪЩЕСТВУВАТ. Изглежда, че и в Германия шлюзове са отворили широко врати за нечистоплътни търсачи на сензации. Репортери се обличат като лекари или се маскират като пожарникари, за да изтръгнат и цитират думите (и направят снимки) на хора, чиито близки са затрупани дълбоко в минни шахти — в очакване на фаталния края на онова, което Си-Ен-Ен и нему подобните превръщат в „инфотеймънт“.

Всичко това се прави, въпреки че представителните проучвания на общественото мнение ясно показват, че 72 процента от германската телевизионна аудитория са против показването на насилия по телевизията. Сензационните репортажи на Си-Ен-Ен и нему подобните за локърби, войната в Персийския залив, Сомалия, Руанда и т.н. изглежда обаче, че опровергават резултатите от тези допитвания.

Но журналистите не са единствените, които карат много хора да смятат, че медиите не се придържат към точността и не са безпристратни; случаят с Робърт Максвел повдигна въпроса за собствеността върху медиите, а в Италия на Берлуско-ни хората измислиха фразата „да живееш в телекация“. Когато в Германия неотдавна бе публикувано едно проучване на професионалния рейтинг, журналистите и политиците — не е за казване — се оказаха на дъното на таблицата, на върха на която бяха лекарите и юристите.

Въпреки че канцлерът Кол, вероятно заради неотдашната предизборна кампания, не повтори изказването си, че е възможно установяването на задължителен контрол върху медиите от страна на парламента, ако с доброволното си партньорство Германският съвет по печата и медийната индустрия не успеят да пресекат нарушенията и злоупотребите, то все пак е повече от очевидно, че въпросът за въвеждане на законови ограничения може да бъде поставен за разглеждане. Със сигурност може да се каже, че това няма да сложи край на свободата на печата в страната, но би могло да означава крайно нежелателно вмешателство в едно основно право.

КОДЕКС НА ПОВЕДЕНИЕ. Засега Великобритания, САЩ, Германия и други западни страни са без закони за печата. Но изправят ли се вече медиите пред опасността да загубят свещената си привилегия или те биха могли по някакъв начин да предотвратят налагането на законодателство върху тях?

Дискусията се фокусира върху етиката в медиите и нейното подобряване — въпрос, тясно свързан с професионализма. Дискусията за етиката е особено необходима и поради това, че съществуват много начини, с които медиите могат да пакостят, без да престъпват закона. Но какво не е в реда на нещата? Ето някои основни моменти:

- нахлуване в личния живот (Британската кралска фамилия, личния живот на министри и т.н.);
- гласност и политика (намереният мъртъв във ваната на хотелската стая и фотографиран в нея министър-председател Баршел);
- честност и искреност в журналистическо разследване (дали журналистът винаги трябва да идентифицира себе си като репортер? Позволено ли му е да упражнява натиск върху източника си? Позволено ли му е да използва същите квазикриминални методи, за да се добере до престъпника? Случаят Валраф: зад кулисите в „Билд“);
- обективност, пристрастия и истина (въпросът за подкуп = подаръци, пари, пътувания в чужбина и т.н.);
- жените и медиите (тривиализиране, сексуален обект и т.н.);
- малцинствата (освободени ли сме от расови и етнически предразсъдъци?);
- тероризъм и информационни ограничения (могат ли

журналистите да действат под някакъв фалшив претекст);

- военни кореспонденции (всичко ли може да се публикува?);

- тайни: укриване и разкриване (Как репортерът опазва своя източник? Дали отказва да свидетелства в съда? Случаят с „Дер Шпигел“);

- насилие (случаят Гледбек: взето по време на драматично отвлечено телевизионно интервю с извършителя на отвлечането, който държи заложника под прицела на опрян в главата пистолет — грабеж и отвлечане);

- порнография (достъпна посредством сателитни предавания и кабелна телевизия);

- религия (злободневният въпрос за т.нар. фундаментализъм в западните медии);

- расизъм (трябва ли да казваме дали един престъпник е чернокож, виецнамец или турчин — дали това наистина има значение?);

- настървен настъпателен журнализъм (какво да кажем за балансираността);

- език (възприел ли е журналистът разбираем за всекиго език на писане? въздържа ли се от използване на жаргон? липса на вкус, вулгарност и т.н.);

- неточност, лъжи, изопачения;

- пропаганда;

- фаворитизиране (не се сближават прекалено много с източника си);

- сензационност (лов за откровения на жертвите, например различните немски „амиго афери“);

- опетняване;

- очерняне на хора.

Всичко това далеч не изчерпва списъка.

В страни с по-малка свобода на медиите на ум идват други въпроси от кръга на етиката, например:

- да приемат ли предварително съгласувани интервюта;

- да се захватват ли с безполезни протоколни теми, които досаждат на публиката;

- да се отделя ли място на удобни теми, които обаче нямат новинарска стойност (като поздравителни послания от държавни глави и т.н.);

- нужно ли е да се трупат купища нередактирани страници с речи стил „Правда“ или пък безсмислени ТВ кадри от

конференции и церемонии по награждавания?

В англо-саксонската литература широко се дискутира темата за етиката. А в Германия тази дискусия започна да се води още по-интензивно.

В книгата си „Етика и политика на медиите“ Белси и Чадуик изказват мнението, че печатът (специално таблоидният печат) се ползва с ниската оценка на обществото заради това, че се е провинил по много от описаните начини. „и макар че сам по себе си този факт не ни казва нищо за качеството на печата в етично отношение, той все пак ни подсказва, че може да се започне контрол на качеството като се обмисли въвеждането на кодекс на поведение, който да забрани тези журналистически нередни деяния и да постанови журналистите да носят отговорност за своите действия.“

Те обаче добавят, че идеята журналистите да бъдат лицензирани, за да могат да практикуват — с отнемане на лиценза за сериозни нарушения на Кодекса за поведение — е наистина крайно драконовска и ще представлява недемократично решение на проблема за нередните деяния в медиите. Освен това няма ли хората, които ще могат да решават изваждането на репортера от лицензионния списък, да са същите онези, които се обвиняват в корупция и злоупотреби в държавните служби?

„Етиката не е (само) въпрос на кодекс на поведение (със или без санкции), нито пък е само въпрос на правила, които да бъдат следвани. Тя се отъждествява повече с принципите за правилното и неправилното в човешкото поведение, принципи, които имат здрава теоретична основа, и които поради това са обективно и безпристрастно приложими. Разбира се, това съвсем не означава, че можем да кажем, че знаем какви са тези принципи. Търсенето и усъвършенстването им ще продължи докато има човешки същества, които да ги обсъждат и да спорят по тях“, изтъкват Белси и Чадуик и заключават, че основната причина да се изработи кодекс на поведение е да се гарантира качеството, а също, че само упоритото му търсене може да възстанови загубената чест на журнализма.

Преди около 20 години доброволната медийна организация Германски съвет по печата публикува кодекс за поведение на немските журналисти. В него се казва, че макар и гарантирана от конституцията, свободата на печата може ефективно да бъде отстоявана само ако издателите, редакторите и журналистите ясно осъзнават отговорността си към обществото и дългата

си да поддържат престижа на печата.

Формулираните 16 принципа са предназначени да се опази професионалната етика. Те обаче не предоставят основания за търсене на съдебна отговорност. А единственото им оръжие в качеството на санкция е порицаването на виновника. Но дори и тогава засегнатото медийно средство невинаги откликва с публикуване на порицанието.

ПРИНЦИПИ НА ЕТИКАТА. Въпросът за принципите се разглежда от Едмънд Ламбет в книгата му „Ангажирана журналистика — етика на професията“. Той изброява такива морални ценности като човечност (Куба: по молба на Кенеди „Ню Йорк таймс“ не публикува репортаж за нахлуването в залива Кочинос), изясняване на истината, справедливост, свобода и добронамереност. Той изрежда и някои ценности, които не са от категорията на моралните, но също играят голяма роля в поведението на журналистиката.

— Запознаване на хората със заобикалящата ги среда, с което им се дава нужна за ежедневния им живот информация. (Осведоменост).

— Снабдяване на хората с информация, която им е необходима за важни решения. (Полезност).

— Предоставяне на новини, бекграундова информация и тълкувания, с които хората по-лесно да могат да осмислят заобикалящия ги сложен свят. (Осъзнаване и Общност).

— Контролиране в рамките на наличните възможности на ключовите обществени и частни институции, специално онези, от които зависи обществената справедливост. (Обратна връзка и Общност).

— Популяризиране и обогатяване на културата чрез отразяване и пропагандиране на усилията на човечеството за осигуряване на храна, облекло, жилища, безопасност, благополучие, повече радости и да инспирира самото себе си. (Образование и Общност).

— Подпомагане разпределението на стоки и услуги сред обществото чрез изготвянето на такъв комуникационен продукт, който ще привлече и ефективно обслужи рекламодателите. (Предприемчивост).

Той цитира също етичния кодекс на в. „Вашингтон пост“: „Докато споровете за обективност са безконечни, то концепцията за честност е нещо, което редактори и репортери

лесно могат да разберат и да се придържат към него. Честността се определя от няколко обикновени неща.

1. Информацията няма да е честна, ако изпуска важни по значението си факти. Следователно честността предполага цялостност и пълнота.

2. Информацията няма да е честна, ако съдържа незначителни и неуместни сведения за сметка на значими факти. Следователно честността изисква уместност.

3. Информацията няма да е честна, ако съзнателно или несъзнателно заблуждава или дори мами читателя. Следователно честността изисква почтено отношение към читателя.

4. Информацията няма да е честна, ако репортерите прикриват своите пристрастия или емоции като хитруват с такива думи като „въпреки“, „предполага“, „обхватен“. Следователно честността изисква прямота и недвусмисленост, а не външен бялтък.

В края на всяка информация репортерите и редакторите редовно трябва да попитат себе си: „Бях ли толкова честен, колкото мога да бъда?“

Още през 1947 г. комисията Хътчинс в САЩ определи следните изисквания за свободна и отговорна преса:

1. Правдиво, всестранно и интелигентно описание на събитията на деня по начин, който им придава значимост.

2. Форум за обмен на коментари и критика.

3. Отразяване мненията, отношението и условията на различните групи в обществото.

4. Енергично редакторско ръководство с оглед представянето и разясняването на целите и ценностите на обществото.

5. Пълен достъп до новините на деня.

Етични проблеми възникват също от съвместната работа с колеги: редакторът избира заглавия, които не съответстват на същността на информацията; политически заострените неща се заглаждат, прибавят се нови „факти“ и „бекграунд“, насочеността на информацията изкуствено се измества, при преписването на информацията се вмъкват грешки, информацията значително се съкращава или просто се изхвърля. Ако при обсъждането спорът не може да бъде разрешен, пред репортера обикновено остава да избира между две възможности: да си подаде оставката или да оттегли подписа си от информацията.

Други етични фактори могат да бъдат: политическа ориентация на медиата; отношения с ръководството или издателя

и произтичащо от това самоцензуриране и т.н. Етичното поведение на журналиста се влияе също от следните съображения:

- задоволява ли го разпределението на печалбите на медиата, т.е. дали журналистът получава заплащането, което заслужава?

- дали нововъдените технологии са обяснени достатъчно добре на журналистите или те засилват тяхната обърканост и безсилие?

- дали обстановката в офиса е удовлетворителна или е под стандартите?

- запознат ли е журналистът със законовите рамки (конституцията, закони за печата, граждански и наказателен кодекс), в чиито обсеги той работи?

- действително ли журналистите са наясно какво аудиторията им иска да знае и какво не иска и насърчават ли провеждането на професионални проучвания сред нея?

- замислят ли те програми на живо, за да осигурят по-широко участие от страна на граждани?

- настояли ли са журналистите за редакционен статут, който да осигури редакционната самостоятелност и да предотврати намесата на мениджъри и издател? Имат ли те редакционни устави и работни и производствени правилници, които определят задължителната за всички редакционна политика?

Ламбет отбелязва: „...объркване по въпросите на етиката, медийното концентриране, търсене на високи печалби, разпокъсване на пазара, нови технологии и засилена конкуренция — всички те взети заедно разклащат професионалната култура в журнализма, специално в журнализма на ежедневния печат. Сътресенията намират израз в засилване на напрегнатостта между репортери и редактори, в исканията на мениджърите за по-висока производителност, в идейни спорове за съотношението между печалби и реинвестиционни нужди, и в объркване относно ролята и ключовите ценности на самия журнализъм. Под заплаха е обликът и състоянието на етичната среда на журналистиката, а в крайна сметка и естеството на привлекателността ѝ за начинаещите журналисти.“

Той се обявява в защита на такава трудова етика, която да се извиси чрез съзидателност и служба на обществото в журналистиката.

Това становище се подкрепя от бившия главен редактор на в. „Крисчън Сайънс мониър“ Кей Фенинг: „Извисеност оз-

начава смелост да се публикуват всички важни новини; мъдростта да знаеш какво е важно; усетът да знаеш какво е за изхвърляне; прозорливостта да предугадиш въздействието; настойчивостта да получиш цялата информация и да я представиш в контекста ѝ; познанията за излагане на историческия бекграунд; честността да отпечаташ и другата гледна точка; упоритостта да се добереш до самия корен на събитието; и предвидливостта да помогнеш на читателя да вижда далеч напред.“

Алтернативната журналистика, станала възможна благодарение на новите технологии, без съмнение помага за развитието на журналистическата етика в случаите, когато традиционните медии не искат да поемат риска да се захващат със спорни теми и проблеми, а от такава допълнителна информация читателите несъмнено получават полза.

НАЛАГАНЕ НА ПРАВИЛА. Налагането на правила наистина е крайно трудна задача (особено когато в разследването си репортерът е на границата да прекрачи професионалните правила, по-специално, когато се сблъсква с корупция и злоупотреби в държавните служби).

Найджъл Харис („Въпроси на етиката“, Лондон 1992) пише, че правилата на поведение са само част, при това съвсем малка част, от цялостната регулираща рамка, в която журналистите работят. При репресивните режими, продължава той, правилата могат да изиграват ролята на средство да се окаже морална подкрепа на колеги, изпаднали в беда, както и за насърчаване на професионалната солидарност. При по-либералните системи на управление с правилата трябва да се постави по-голямо ударение върху предпазването и защитата на обикновените граждани, отколкото на самите журналисти.

Анализирайки правилата за журналистическо поведение, Харис изброява три главни групи хора, които трябва да бъдат непосредствено облагодетелствани:

- читателите на медиата, за която репортерът работи;
- лицата, от които журналистът получава информация (не може да има злоупотреба с доверието);
- онези, чийто случай журналистът разследва (не може да ги безпокои или да се рови в личния им живот).

Макар Харис да се съмнява в ползата от доброволните правила за поведение, все пак той добавя: „Разбира се, кодексът може да способства за по-доброто поведение на онези, кон-

то сами са навикнали да се придържат към високи професионални стандарти, но ще бъде неефективен при недобросъвестните.“ Съществуват много начини и средства, с които клаузите на един такъв кодекс могат да бъдат приведени в действие. Южна Африка, например, е една от малкото страни, чиито журналистически кодекси на поведение предвиждат тежки глоби.

При всяко положение етичните принципи няма да могат да се окажат действени, защото никога няма да бъдат възприети от журналисти на неправителствена служба, които фактически и осъществяват граждански контрол над властите. Тяхна собствена работа е да кодифицират тези принципи и моралните им норми за поведение. Според Чадуик тази журналистическа практика се фокусира върху няколко основни етически концепции: свобода, демокрация, истина, обективност, честност и личностна неприкосновеност.

По мое мнение не е подходящо тези въпроси да се третират от някакъв закон за печата. Законите винаги са рестриктивни. В случая не са ли достатъчни гражданският и наказателният кодекс? Дори ако някой не гледа на медиите като на четвърта власт, дори и тогава те ще си останат в ролята на могъщ представител на гражданите и няма да действат като глашатая на властите.

Ефикасните правила за медийно поведение трябва да напращат законите за печата излишни. Те ще опазят от посегателства основното право на свобода на печата чрез отговорната журналистика, съзнаваща правата и задълженията си в условията на плуралистично общество.

Ако оставим въпросите на медиите в ръцете на държавни служители, те ще прибегнат до лицензиране и други подобни, и резултатът неизбежно ще бъде такъв, какъвто ни е илюстриран печално в много от общества на развиващия се свят.

Въпросите на етиката трябва да бъдат сред първите при обучаването на млади хора за журналисти. Така те ще бъдат подготвени да информират по правдив и честен начин, тъй като те са стъпили и ще действат на една здрава основа. По-късно, в техния трудов живот, за тях ще бъде трудно да възприемат, че етиката трябва да е ръководно начало в професионалното им поведение, ако чак тогава се сблъскат с този проблем.

*(Превод от английски:
Енчо Митов)*

Росен Кутелов

ЖУРНАЛИСТИКА И ТОЛЕРАНТНОСТ

или

„Баща сварил главата на доведената си дъщеря с джоджен, държи я във фризера, май“

По правило за толерантност се говори там, където има съравнование, противопоставяне на интереси, борба за надмощие и същевременно — невъзможност само с нормативни правила да бъдат определени границите на допустимото.

Доколко информационните „фабрики“ произвеждат продукт, получаващ своята оценка от други, журналистиката априори попада в отношения, които опират до въпроса за толерантността. Може дори да се твърди, че този въпрос стои пред нея в значително по-голяма степен поради няколко обективни причини.

Първата: „суровина“ на журналистиката най-често са действията на отделни лица или групи хора, отношенията, които възникват между тях. Невинаги (особено в морален план) тези действия могат да бъдат еднозначно интерпретирани. Информацията или анализът за постъпките на който и да е човек — от висшия магистрат до клошаря, без дори да престъпват очертаното от закона, са в състояние да нанесат щета.

Втората причина: относително неголяма част от стоките са в състояние да променят рязко, кардинално и в кратки срокове нагласите и действията на потребителя. Купуването на „Ламборджини“ може да повдигне самочувствието на собственика му, но не и да измени някакви трайни негови установки, да го накара да ревизира свои принципи, да го подтикне към актове, които до вчера са изглеждали несъвместими със собствените му разбирания. „Стоката“, произвеждана от журналистиката, има една съществена особеност: тя е способна да мотивира или демотивира отделната личност, да й създаде една или друга нагласа. Поради това сферата на производство на масова информация е онзи рядък случай, в който вероятно трябва особено да се държи сметка доколко присъства елемент на толерантност в стоката, която се предлага на купувача.

Третата причина: журналистиката е максимално публичен сектор на производство, осъществяващ мигновен досег с потребителите. Ако един производител на коли рискува да проведе нетолерантна кампания срещу свой конкурент (чрез атака на търговска марка, цени, дилъри и дори пряко zlepоставяне), ефектът би бил по-бавен и не така тотален. Журналистиката обаче е способна на мигновени акции, предизвикващи светкавичен резонанс. Техният отговор може да бъде също толкова бърз и тъй като поддържането на огъня на сражението има ниска цена (няколко квадратни сантиметра вестникарска площ или 30 секунди ефирно време), една кратка схватка може да прерасне във война, която да дискредитира целия сектор в очите на пълния потенциален кръг от потребители.

ЖУРНАЛИСТИКАТА И СУРОВИНАТА Й. Най-рано и най-остро е поставен въпросът за толерантността на журналистиката спрямо нейната „суровина“. Отчитането на тежкия негативен ефект, който може да има дори само една публикация или снимка, е предизвикало законодателя да уреди правно този проблем. В отделните държави към него има различен подход — текстове в Конституцията, специален закон или пунктове в Наказателния кодекс. Съсредоточаването му в две главни посоки: предотвратяване на възможността за разпространяване на лъжи, клевети и за публикуване на компрометиращи сведения, а също — и за нерегламентирано снемане на визуален образ, не изчерпват същността му.

Действително законът е огладил някои от най-острите ръбове на проблема, но не го е изчерпил. В България вече има precedent личност да осъди вестник за отпечатване на снимка без знанието на обекта. По този път могат да бъдат предотвратени най-драстичните случаи, водещи до непредвидими щети: ако примерно един почтен предприемач се размине на улицата с „кръстник на мафията“ и този миг бъде уловен от обективна на фоторепортер — до какво ще доведе представянето му на публиката дори без текст? Принципно това е нанасяне на щета, равностойно на случая, при който паларази заснеха топманежка по монокини на борда на яхтата й, а в специална клауза на договора й беше записано, че тя няма право да позира разсъблечена извън рекламните снимки.

В известен смисъл „суровината“ на журналистиката понякога е толкова беззащитна, колкото и рудата пред миньорския

взрив. По време на парламентарните избори мощен провинциален вестник помести статия срещу известен политик. В материалта една от най-меките думи беше „гъотверен“. Юридически засегнатият би могъл да съди вестника за обida. Но... ако точно този брой му е попаднал. Каква е гаранцията, че не е възможно група нетолкова високотиражни издания да тиражират подобни слова, без засегнатият дори да разбере? Та нали само най-мощните институции разполагат с пресцентрове, които следят по-голямата част от печата? Засегнатият дори може никога да не разбере какво е било написано за него, но хората, които са го прочели, вече ще бъдат повлияни от текста.

Разбира се, в отношенията между журналистиката и „суровината“ й има един невидим, но много прост регулатор: нетолерантното отношение на първата към втората може да я лиши от златното й находище. Осъзнаването на този факт повече от всякакви нормативни уредби кара „производителя“ да държи сметка за отношението си към своите обекти. Затова и в най-лошия случай повечето медии имат само „избран кръг“ от личности, спрямо които си позволяват (трайно) нетолерантно отношение. „Привилегированата предпазливост“ за съжаление е приложима само към хората, които имат силни социални позиции и за чиито бъдещи отношения с медиата трябва да се държи сметка. Съвсем друг е случаят с обикновените граждани, които инцидентно са попаднали „на мушката“ на журналистиката. Горните съображения не важат за тях и поради това те в значително по-малка степен са застраховани срещу нетолерантно отношение. Известен е трагичният инцидент през 70-те години в Германия, когато високотиражно издание „разкъса“ една жена, имала нещастieto да се окаже немного добра ученичка по кормуване.

ЖУРНАЛИСТИКАТА И ПОТРЕБИТЕЛЯТ. С най-невидим, но с най-траен ефект са промените, които настъпват у потребителя след консумирането на масовата информация. Вероятно заради това значително по-рядко се коментира въпросът за журналистиката и толерантността в аспекта на отношенията между медиите и аудиторията.

Признаването на масовата информация за стока не отменя някои нейни същностни черти като например образователния й ефект, способността й да активира или демобилизира аудиторията. Известният от войните случай, при който една дър-

жава е отпечатвала и разпространявала фалшиви броеве от вестници на противника, чрез които е влияела със съобщения за поражения на цивилното население, е красноречив пример.

Почти не съществуват способи чрез законодателството да се ограничи влиянието на медиите в една или друга посока върху тяхната аудитория. Ако чисто търговският интерес го изисква, пред тях няма нормативни бариери, които да ги спрат да продават информация, по същество деморализираща, насаждаща безчовечност, чувство за страх, алиенация и т.н.

Само от морална гледна точка може да бъде обсъждана например практиката потребителят системно да бъде атакуван от заглавия като „Баща сварил главата на доведената си дъщеря с джоджен, държи я във фризера, май“. Привидно тази практика не нарушава никакви конституционни права или императиви на закона: свободата на словото е налице, изискването за истинност на информацията — също. От гледна точка на цивилизованото отношение към потребителя обаче тя е най-малкото дискуссионна.

Крайните защитници на чистия пазарен механизъм винаги имат един аргумент, с който оправдават своята позиция: консумирането на масова информация е личен волеви акт, към който никой не е принуждаван; въпрос на персонален избор е да платиш или не за дадена стока, колкото и съмнителна да е тя. А след като тази стока има своя купувач и не е в противоречие със закона — тя има право на съществуване. Последствията са за сметка на онзи, който доброволно бърка в портфейла си, за да се сдобие с нея, тъй както производителят на автомобила не е виновен за катастрофата на шофьора, използвал пълната мощност на двигателя.

„Моралистите“ изхождат от друго съображение: журналистиката има своите обществени функции, които не бива да бъдат пренебрегвани. Така, както в зората си тя е изпълнявала образователни задачи, предизвикани от нуждата новите индустриални работници да бъдат приближени до изискванията на модерното производство, така и сега тя трябва да сплотява големи групи хора, да възпитава, да създава увереност.

„Чистите пазарници“ контрират, че поставянето на ограничители е обидно за потребителите: косвено то ги уличава в зависимост от някой по-мъдър от тях (обществото като цяло? само законодателя?), приравнява ги с невръстните деца, които не са отговорни за постъпките си и които трябва да бъдат на-

сочвани, поучавани кое е добро и кое — не.

Рядко една крайна теза може да бъде вярна. Но в случая едва ли пък истината е точно по средата. Производителят на коли не е отговорен за несъобразените действия на клиента си. Но все пак обществото изисква от него въздушна възглавница.

В областта на масовите комуникации обществото също поставя условия за най-драстичните случаи: изключително висок данък (някъде — и пълна забрана) за порнографските издания, категоризиране на филмите за допустимост сред отделните възрастови групи и разполагането им в определени часови пояси. Оттук нататък обаче въпросът за степента на агресивност в атакуването на потребителя за масова информация от страна на производителя ѝ е въпрос на собственото му разбиране за толерантност към аудиторията.

Безспорно това е най-сложният въпрос, засягащ двете крайни звена на масовите комуникации. Тренирана в многовековния си опит за заобикаляне на твърдите изисквания на авторитарни и диктаторски режими, журналистиката е в състояние да надхитри почти всички писани и неписани правила. Хартиите, към които се е присъединила страната, а Конституцията — пряко, държат сметка например за толерантното отношение към етническите групи, обявяват се против насаждането на расова, верска или етническа омраза. Ако едно мощно издание реши да нарушава тъкмо тези правила, то е в състояние да го направи перфектно, без да попадне под правните удари. Случай на изнасилване в район със смесено население може да бъде изведен в крещящо заглавие „Турци изнасилиха българско момиче“. По-нататък, при подобно престъпление, чиято жертва обаче е от същата етническа група, заглавието може да бъде просто „Турци изнасилиха още едно момиче“. Без по същество да префасонира действителността, такава система грубо би манипулирала общественото съзнание в името на собствените цели на медиата (изпълнение на политическа поръчка или чисто търговско заиграване на националистическата струна), като цената е крайно нетолерантното поведение спрямо една група хора.

Изобщо нагаждането на журналистиката към моментните взривове на негативно поведение на крупни обществени групи е един от най-опасните прецеденти на нетолерантност. Изкушението да качиш малко тиража или да бъдеш в устата на публиката, която е намерила на страниците ти точно това, което оп-

равдава настроението ѝ, често пъти означава престъпване на етическите норми: разпалване на ксенофобия, настройване срещу определени групи и т.н.

Вярно е, че пазарът на журналистиката има своите естествени механизми, с които донякъде се регулира поведението ѝ. Някои социологически изследвания напоследък показват тенденция на отлив на читателския интерес към кошмарно предлаганите материали за престъпността, тъй като очевидно общественото съзнание изпитва силен дискомфорт от чувството за страх, което му се насажда от обезверяването и дори отчаянието. Ако аудиторията изгуби доверието към медиите, за които подсъзнателно усеща, че нетолерантно експлоатират някои пойнтий нагласи, тя ще поиска от пазара и ще получи от него друг тип производители на масова информация.

ГИЛДИЯТА И ТОЛЕРАНТНОСТТА. От гледна точка на аудиторията въпросът за толерантността вътре в сектора на журналистиката като че ли е частен. Но той има особено място поради простата причина, че става дума за една максимално публична сфера. Отношенията вътре в нея бързо получават резонанс и имат трайно влияние, както е навсякъде, където допирът с потребителя е перманентен. Неслучайно дори известният с циничността си доктор Данийка от „Параграф 22“, заявяващ, че не е негова работа да спасява живота на хората, уточнява: „Всичко, на което са ме учили, беше да съблюдавам етиката на нашата професия и никога да не свидетелствам против друг лекар.“

Бумът на медиите в България неизбежно направи борбата между тях доста безкомпромисна и не рядко — твърде нетолерантна. Най-елементарният (но и най-разпространен пример) е тоталното неспазване на разпоредбите от Закона за авторско право и сродните му права, изискващи при цитиране изрично да се посочват изданието и автора. Обичайната практика е да не се споменават и двете или пък, ако изданието е „противниково“, да се изписва само авторът.

Пресен пример за нетолерантността в журналистиката ни е отразяването на многобройните годишни награди, които се раздаваха наскоро. Ако чете само едно издание, публиката ще научи, че е отличен еднo кой си репортер, но няма да разбере кой всъщност е организирал дадения конкурс.

За аудиторията не могат да останат скрити нетолерантни-

те отношения между някои медии (още повече, че понякога съзнателно се афишират, за да се изтъкне собственото превъзходство и пренебрежението към конкурента). Понякога те наистина могат да донесат мимолетни дивиденди, но като цяло дискредитират самата журналистика пред потребителите на масовата информация и могат да създадат криза на доверието към нея.

КАКВО ДА СЕ ПРАВИ? Никой — дори най-яръстните привърженици на пазарния механизъм, не отрича, че особеното място на журналистиката в обществените отношения определя необходимостта тя да се вмести в приемливите норми за толерантност. Големият въпрос е: кои са тези норми, как да се регламентират и кой да осигурява спазването им?

Доколкото става дума за етически категории, очевидно е, че не може да се изисква това да става изцяло на юридическа плоскост. Най-драстичните случаи, наанасящи пряка вреда на отделни лица или групи хора, естествено в една или друга степен са предвидени (или могат да бъдат предвидени) от законодателството. „Невидимите щети“, проявяващи се понякога след доста отдалечен период от време, без дори да може да се отграничи точният им причинител, не могат да бъдат предотвратени чрез правни норми.

В някои държави за регулатор се използва подробен кодекс на журналистическата етика. Той създава известни задължения и в една стройна система от средства за масови комуникации, осъзнаващи корпоративните си интереси, може да бъде важен инструмент. Неговата сила обаче е ограничена от факта, че отхвърлянето на един журналист от гилдията не е гаранция, че няма да се намери производител на новини, който да стои извън системата и да извлича печалба, пренебрегвайки принципа на толерантността.

Изглежда, че най-ефективният механизъм остават императивите на пазара, формирани от обществената среда. Ако принципът за толерантността в социалните и межличностните отношения бъде въздигнат като приоритетен; ако той се афишира като ценност в семейството, в училището, в бизнес-общността, нагласата за търсенето му в поведението на журналистиката би била по-трайна и по-ефективна от всички разпоредби, които би могло да създаде законодателството.

Доц. Владимир Симеонов

НЯМА ТОЛЕРАНТНА ЖУРНАЛИСТИКА В НЕТОЛЕРАНТНО ОБЩЕСТВО

Основателно ли е мнението, лансирано напоследък сред колегията, че нашата журналистика се успокоява и става по-толерантна? Не мисля. Колкото и да е неочаквано и в известен смисъл алогично, стана тъкмо обратното. През последните години, независимо от отделните чудесни изключения, нетолерантността на медиите придоби тотален характер. На какво се основава тази неприятна констатация?

Преди година, да речем, нетолерантността се проявяваше изключително спрямо политическия противник. В това отношение се прескачаха всякакви граници и разкъсваха всякакви етични норми. Тази остра политизация обаче дотегна на хората. Социологическите изследвания констатираха спад на интереса към политическите ругатни и празнодумства. Медиите се преориентираха. Те свалиха донякъде „градуса“ в квалификациите на политическия противник и като цяло сякаш отделят по-малко внимание на политическото шоу. Неочаквано обаче смело разшириха използването на морално недопустимите пропагандни техники и в останалите сфери на обществения живот. Спрямо власти, институциите, отделната личност.

Ще избързам малко напред, за да кажа, че сигурно има много причини за това. Ще отбележа само две: интелектуалната недостатъчност на част от нашата колегия и големия натиск, който институциите упражняват върху журналистиката. Но да караме подред.

Кои са тези недопустими от етична гледна точка прийоми, които придадоха нови характеристики на нашите медии? Лъжата. Има я, но за съжаление това не предизвиква неудобство. Сигурно защото се поднася в условно наклонение, с чаровните „може би“ и „май че...“ или пък от името на тези никому неизвестни, но вездещи „отлично информирани специове“. Инсинуацията? Срещаме я всеки ден. Нея нашата журналистика усвои много бързо и наистина талантиливо. Умишленото пропускане? Тоест фриволния подбор на „нужните“ факти. Скрытата

очевидност? Тоест лансирането на собствената версия за действителност, която не се нуждае от доказателства. Или представянето на мнението за факт? Боже Господи, та всичко това е всекидневна практика!...

Излишно е да се подчертава сериозността на проблема. Още повече, че ние сме и исторически обременени. Ето защо всяка дискусия, всяка стъпка към изграждане на една толерантна журналистика заслужава акламации. Спестявайки обстоятелствата, ще подчертая само един аспект на тази сложна, не докрай изучена и широка по обхват тема. Защото не ми се иска да се надяваме, както беше в близкото минало, че с призови, лозунги, разяснителни акции и пр. от този род ситуацията ще се измени. Наивно ще е също така да очакваме, че ще ни свърши бог знае какво работа дори най-добрият списък на дължимото, на онова, което се изисква от журналиста и което би определило поведението му като морално и етично. Сигурно едно стабилно законодателство, както и грижливо направеният професионален кодекс, ще са полезни. Но в никакъв случай — достатъчни. Чуждестранна практика убедително ни показва, че те винаги могат да бъдат елегантно заобиколени и направо подминати.

Не може да има толерантна журналистика в едно нетолерантно общество. Това съждение не е мое, но го припомням поради острата необходимост да вникнем в днешните взаимовръзки и взаимозависимости между журналистиката и обществото. Харесвани или не, журналистическите произведения се четат, гледат, слушат, обект са на дискусии и емоционални преживявания, формират мнението на огромна част от хората, свалят министри и президенти. Четвъртата власт е реална сила и вече е спорно дали е четвърта. Заедно с това тя е рожба именно на своето време, на своето общество и носи неговите белези. Често е не само информирана, но и манипулирана. Тя е притискана, а и подвеждана, от политици, които държат информацията, и от икономически лъвове, които държат рекламата. Притискана е от собствениците на медиите, от другите институции, конкуренцията, аудиторията... И от вътрешноредакционните, макар и неписани, правила и норми. Ето как изглежда на практика всичко това.

Няма спор, че днес нашата журналистика изживява своя звезден час. Освободена от ограничения и заплахи, опиянена от възможността да каже всичко, което иска да каже, при дейст-

вигелната и видима слабост на другите власти, тя започва да губи критерии за стойности и да деформира представите си за реалиите. И не толкова рядко живее в илюзорния свят, че тя единствена знае кое и как, единствена представлява народа и единствена е съдник на всичко и всички. (Някой беше писал, че онзи който говори от името на Господа, трябва да показва своите пълномощия). Оттук нататък нещата са познати от близкото минало: яростна непоносимост към всяко друго мнение, включително и към мнението на колегите от съседната медия, слепота за аргументите, замяна на доводите с епитети от пазарищата, агресивност... Самозаблудата идва от огромното количество информация, което журналистът получава и води до усещането „всичко зная“. Но изграждането на интелекта, както е известно, зависи не от количеството на получаваната, а от реално преработената и усвоена информация.

Публична тайна е, че голяма част от нашата колегия е професионално неподготвена. През последните три-четири години хиляда хора влязоха в журналистиката без да я познават и без да дават признаци, че искат да я опознаят, защото гледат на нея единствено като на бизнес. Знанията ни в конкретните области на науката често са направо мизерни. Изглежда днес е златното време на журналиста-пенкелер: за всичко пише и нищо не знае, както иронизираме сами себе си. Лошото е, че пенкелерът се чувства повече от добре. Медиата му — също. Скандал и ругатни — това им стига.

А към нарцисизма и некомпетентността следва да се прибави разбутването на професионалната култура, дори когато я има. Причините, както вече стана дума: трансформацията на медиите, смяна на собствениците, конкуренцията, несигурния пазар, гонитбата на печалба и всичко в името на повече печалба...

Добре, но нали повечето от тези хора са завършили университети и висши институти! Около една трета от работещите в средствата за масово осведомяване са с журналистическо образование. Те носят основните тежести в най-популярните медии, следователно и отговорността за нетолерантните изблици. Може би така ги учат във Факултета по журналистика и масова комуникация? Не, разбира се.

В периоди на сериозни промени и сътресения, в какъвто се намира страната ни сега, настъпват динамични размествания и трансформации в социалните слоеве, прегрупиране на

хората по силата на едни или други интереси. В такива моменти, както и друг път е ставало дума, нормите, моралът, ценностите на големите социални групи губят значителна част от своите регулативни функции. Видимо нараства влиянието върху отделната личност на малките групи. В нашия случай за младия журналист са много по-важни не нормите на обществото, а „правилата на играта“ в редакцията, в която той иска да се настани или да „расте“. Често е трудно да се улови разликата между съзнателното усвояване на груповите норми и чистия конформизъм. Но и в двата случая господстващата роля на вътрешноредакционните правила не подлежи на съмнение.

Ако причините за едно явление, каквото е нетолерантността, са много и различни, то и церовите не ще да са един и два. Всяка редакция ще ги търси за себе си. Ако желае, естествено. Струва ми се обаче, че още сега и журналистиката ни, и обществото като цяло са узрели поне за две неща: приоритет на общите интереси пред тесноруповите и диалогичност вместо монолози. Добре е, че отделни издания, предавания и програми вече са поели по този път.

Не само националните, но и интересите на по-широките слоеве могат да бъдат основа за спокоен и културен разговор, за обща политика и съвместни действия, които сами по себе си предполагат и изискват толерантност. Още Сократ е казал, че всички частни цели, интереси и постъпки на хората, живеещи в обществото и с обществото, трябва да се подчиняват на обща и висша цел, която е висшето благо. Тъкмо в тази насока медиите могат да реализират с най-голям ефект своите интегративни функции. Не би било малко за нашето раздирано от вътрешни противоречия, разклатено общество.

Диалогът, за който толкова често говорим и от който толкова се нуждаем, изисква интелектуална енергия и разум. Не само защото често се профанизира, а и защото може да доведе до съвсем различни резултати. Изразявайки плурализъм на мненията, подчертавайки различията и пренебрегвайки общото, той би бил средство за разединение и противопоставяне, в което толерантността е изключение. Диалогът е от добрите средства и за манипулация. Като насити инфосферата с купичка несъвместими, крайно противоречиви становища, „диалогът“ на практика подготвя реципиента за манипулативното внушение.

Истинската ценност на диалога се разкрива в общуването

между хората. Тъкмо в процеса на общуването човек дисциплинира мисленето си, изработва умения да изкаже и формира собствени възгледи, търси тяхната апробация. Както пише Бахтин, истината не възниква и не се намира в главата на отделния човек, тя се ражда в хода на беседата между хората. Но за да стане това, е нужна и способност да слушаш, да чуеш другото мнение, да се опиташ да го разбереш, дори да не си съгласен с него. В диалога, даже да прерастне в остър, но културен спор, умните хора не говорят за победители и победени. Защото на практика печелят и двете страни — разделили са се с илюзии и заблуждения, обогатили са се, станали са по-мъдри.

Търсенето на общите интереси и културният диалог в медиите биха били измежду добрите стъпки към формирането не само на толерантна журналистика, но и на едно по-толерантно общество.

К.ф.н. Луливера Кръстева

СОЦИАЛИЗАЦИЯ И РЕСОЦИАЛИЗАЦИЯ НА ЖУРНАЛИСТИЧЕСКОТО МИСЛЕНЕ

Новите понятия за позволено и непозволено

Проблемът за толерантността и агресивността в журналистиката може би има и своя синоним в категорията „словесно насилие“ като форма на социален натиск. Става въпрос не за етимологията на думата, а за механизмите, чрез които журналистиката упражнява своеобразен натиск за социална промяна — за преодоляване или задълбочаване на даден социален конфликт. Същността на анализа тук е в извеждането на аспектите на проблема за социализацията и ресоциализацията на журналистическото мислене, която се наблюдава напоследък.

Своеобразно потвърждаване на тази теза е медийното мултиплициране на теорията за груповата динамика, въведена от Курт Левин при изследването на особеностите на „автокра-

тичния“, „демократичния“ и „анархистичния“ лидер. Без механично да прилепваме тези определения в медияния план, животът сам доказва тяхното присъствие като три типа медии у нас в момента — по отношение на техния стил като тон и маниер, т.е. като част от проблема за толерантност и журналистика. Към първата група, независимо от тематичния, жанровия и стилстичния акцент, може да отнесем партийните издания. Към втората — вестници като „Континент“, „Стандарт“ и отчасти „Труд“. А към третата — се систематизират няколко типа — от в. „168 часа“ до типа в. „Нощен труд“.

Една подобна класификация откроява няколко аспекта на проблема за толерантност и журналистика. Първо, като изява на понятие за опозиция. Второ, като понятие за функции на журналистиката. Трето, като понятие за интерес и очаквания на аудиторията. И четвърто, като понятие за журналистическа атрактивност. Дисекцията на всеки един от тези аспекти извежда различни параметри на проблема за толерантност и журналистика. Първият от тях например очертава задължително най-малко три акцента в него. Единият опира до медиатизирането на политиката или до журналистиката като механизъм за нечий рейтинг или антирейтинг. Вторият откроява, че в резултат на това липсва компетентността на медиите да степенуват по важност явленията в обществото. А това означава, че толерантността в журналистиката е тясно свързана с механизма за изразяване на социално недоверие или доверие, на социално недоволство или удовлетворение. С малки изключения, независимо от характера си, медиите у нас в момента са нетолерантни както към институцията, така и към аудиторията. Тъй като определено се наблюдава тенденцията да се представят непопулярни идеи за приемливи или не от повечето хора чрез афиширането на всякакви социологически проучвания в зависимост от симпатиите и предварителните нагласи на дадена медия към поведените на политиките.

С други думи липсата на толерантност най-напред се проявява в подмяната на критичната и позитивната функция на журналистиката. Тя се изразява в абсолютизирането на медийната „независимост“, която доведе до нарушаването на много табута, свързани с правата на личностите, с правата на общностите и т.н. Същевременно робуването на тази самоиллюзия роди редица нови митове за журналистиката като особен социален инструмент, социален регулатор, социален отдушник в

структурата на обществото. Тя се митологизира и като посредник в дистанцията власт-общество и като нечий говорител — било на институцията, било на електората, било на етноста и пр.

Обикновено досега този аспект на проблема се е асоциирал предимно с т.нар. от Гълбрайт условна власт — това е способността на журналистиката да убеждава и внушава доверие. Или се е свеждал до зависимостта на медиите от характера на собствеността им, от характера на политическата система в обществото, от формите на цензура и автоцензура. Фаворизирането на тези елементи като част от проблема за толерантността доведе до подминаването и елиминирането на не по-малко съществения въпрос за саморефлексията и самооценката на журналистиката, особено когато се разрушава една ценностна система и се изгражда друга. Следователно откроява се изводът, че липсата на толерантност в журналистиката се извява в момента най-вече на равнище социален сблъсък — функции на медиите, било защото професията си самоналага тематични табута, било че се поддава на една индиферентност и инерция да се следва определена мода на момента.

Така журналистиката ни се явява проводник и самата носител на нетолерантност най-напред на равнище власт. Немалко се дискутира около това дали тя е четвъртата или втората власт в обществото. На тази база се извява един твърде любопитен конфликт от гледна точка на толерантността. Първо, той се проявява като отношение на овластените към властта. Второ, като отношение към домогващите се до властта. Трето, като отношение на потенциалните бъдещи политици към управляващите в момента. Четвърто, като отношение на властимащите и властпреследващите към доверящите сили на деня. Пето, като отношение на държавните служители, които са най-зависимо от промените по върховете към управляващите в момента и евентуалните утрешни управници. Шесто, като отношение между властиямащи и властимащи. То има най-масово проявление и откроява, че критикарството, духът на отрицанието като срих от характерологията на българина се превръща и в медийна особеност. Проблемът за журналистическата толерантност е тясно свързан с извята на професионалната мимикрия — на подменените критерии за достоверност, обективност, аналитичност, за новинарство, сензационност, четивност и т.н. Този извод отвежда до втория съществен кръг от въпроси, свързан с проблема за толерантността. А именно до механизми-

те за набиране и редуциране на журналистическата информация, до способите за медийното разследване и пр. Определено се наблюдава тенденцията на нетолерантност не само към обекта на отразяване и към българския език като нарушен синтаксис и натуралистичен изказ, но и към източниците на информация. Тук се извява също един сблъсък на няколко равнища, който откроява процеса на паралелната проява както на социализацията, така и на ресоциализацията на журналистическото мислене. Той се изразява най-общо в новите противоречиви понятия за позволено и непозволено. Процес, чийто динамика разкрива зараждането на едно твърде тревожно професионално явление, което бих дефинирала като налагане на нов тип кабинетна журналистика. Неговите характеристики са ампутираните способности и методи на медийните проучвания, поради самоналожени табута и подменени критерии за професионален престиж и имидж. Има теми, особено социални, които априори се обявяват за скучни и журналистически неспрестични. Твърде стеснена е и жанровата палитра в българската преса. Нейният обхват се изчерпва горе-долу с информацияната бележка, хрониката, кореспонденцията силно доближена до вида на отчета и нещо наподобяващо коментара. Изчезна репортажното начало като журналистически подход на изследване на процесите в обществото, проверките по писма, дискусиите и т.н. Стеснена е и кореспондентската мрежа — зад граница поради липса на пари, а в страната поради обвързаността и с административно-териториалния принцип. Опити да се компенсират регионалните бели полета се търси с рубрики от рода на „Прочетено в местния печат“.

Поредната, и то много съществена причина за стеснения информационен кръг, парираща изследователската журналистика и култивираща професионална ленист — това е и побългареното издигане в своеобразен култ на институцията „връзки с обществеността“. Масова практика е журналистите да се позовават единствено на изнесеното на различните пресконференции, т.е. на редуцираната от самото ведомство информация. Журналистическите проучвания се свеждат в повечето случаи до компилация на изнесени вече данни — било в други или в собственото издание, където работи авторът. Тоест, изследването се подменя с обзор-коментар на базата на досегашни публикации. По-различното е само формата — извеждане на вътрешни подзаглавия, снимков материал и... толкоз. Този типичен

маниер за „репортаж“ бе въведен от в. „24 часа“ и копиран от други всекидневници. Дори и в съществуващите опити за негово разчупване не може да не се забележат закодираните порочни привички като професионален подход в тях — на недействително разследване, а правене на журналистика от бюро. Липсват различни гледни точки както на специалисти, така и на представители на различните социални слоеве. Една нетолерантност като изследване на явленията в обществото, която задълбочава латентния сблъсък на социализация и ресоциализация на журналистическото мислене.

Гл.ас.к.ист.н. Здравка Константинова

ИМА ЛИ СБЛЪСЪК МЕЖДУ ТОЛЕРАНТНОСТТА И ЖУРНАЛИСТИКАТА?

Няма ли в иманентната същност на журналистиката елемент, който да я сблъсква с толерантността? И ако съществува такъв елемент, при какви условия той се засилва или обратното — остава в зародиша на нейния генезис? Анализът на тези проблеми може да бъде проектиран и върху историята на българската публицистика и журналистика.

Манипулативността е едно от свойствата на журналистиката. А свободата изключва манипулацията на личността. Трябва да заменим манипулирането на хора с активно и разумно сътрудничество — акцентира Ерих Фром. Толерантността е измерение на свободата. Така че ако бихме могли да перифразираме — толерантността изключва манипулацията. Ето къде е сблъсъкът между журналистика и толерантност. След като не може да се изключи напълно, този сблъсък обаче може да се омекоти, да си дифузира в поливалентността на гледните точки, т.е. чрез свободата на словото.

Традициите в тона на българската журналистика, включително по отношение на толерантност или нетолерантност, се залагат още по време на Възраждането — тогава, когато се създава българската политика на новото време.

Първият български журналист Константин Фотинов дава

блестящ пример за толерантност, въпреки че неговото сп. „Любословие“ е под петата на две цензури — на османската власт и на гръцката патриаршия. Той отваря страниците на пионерското българско периодично издание за идеите на новото време, на Просвещението, дава трибуна и на свои опоненти. Друг е въпросът за степента на толерантност сред някои нашинци, които пускат слуха, че „Господ ще вдигне берекета“ от дома на онзи, който чете „Любословие“.

Твърде скоро обаче в българската журналистика започва да се шири нетолерантността, агресивността, белязала политическия ни живот. Още тогава покръпва едно явление, което избуява след Освобождението — не принципи съображения, а лични и конюнктурни интереси и отношения да мотивират позиции в полемки и по страниците на печата.

Но все пак — по време на Възраждането доминират гражданите функции на журналистиката, защото отключващият момент е националната идея: съзиждането на българската държава. В моменти на премислени и компетентни политически действия, на настоячивост и патристически патос временно стихват острите междупартийни страсти.²

Ако се опитаме да потърсим една от главните причини за наличието на традиционна нетолерантност в българската журналистика, то може би трябва да се изследва хроничността на една постоянна нейна роля. В различни времена, в различна степен, по една или друга причина публицистиката, журналистиката се използва преди всичко като инструмент за добирене до власт или за властване. Такъв тип журналистика предопределя нетолерантността.

Деформациите се подсилват, преумножават се от един традиционен недъг на управленската ни система — властта да дава собственост, а не обратното — собствеността да дава власт. Този недъг намери в публицистиката и в литературата още след Освобождението станалите вече трафаретни образи на вкусните дробчета от държавната трапеза, на бъркането в кашата с меда, на келепира.

Още по време на Първата българска държава във формираната по византийски образец управленска система средновековната българска върхушка е държавно-бюрократично съсловие. Боляринът е държавен служител, чиновник, който изцяло зависи от царската воля, т.е. той е царски човек.

Църквата също е подчинена на царската власт, тя е част

от общата политико-идеологическа система, „на базата на църковната организация се формира нов пласт от висшето съсловие, на което е отредена ролята на пръв идеологически фактор“.³

Мястото на българския книжовник е до владетеля, той действа само с негова заповед и с негово разрешение. Случайно ли публицистичното начало е широко застъпено в старобългарската литература? Тя „...започва със светски писмени паметници, свързани с обществени и държавни събития, с непосредствената историческа действителност“.⁴ Има постоянната задача директно и настоятелно да възпитава, да налага определени норми на обществото. Със самото ѝ създаване тя е воюваща, предназначението ѝ е главно да формира и отстоява идентичност в съседство с мощната византийска империя. Публицистиката „винаги е била жанр с предимство пред останалите, водещ дял или аспект на българския книжовен изказ... Същото явление се наблюдава и във възрожденската книжнина.“⁵

По време на Възраждането българската журналистика, особено през 70-те години, все повече приема характера на революционно оръжие. Българският революционен централен комитет — първата наша „политическа партия със своя програма за национално освобождение, със своя идеология, действаща структура, членски състав и енергична дейност за подготовка на въстание“⁶, формулира целта си така: освобождение чрез революция. Но градацията неслучайно е революция „морална и с оръжие... Действието на тая цел обема сяко средство: пропаганда, печат, оръжие, огън, смърт и пр.“⁷

„Журналистиката е едно от първите средства за революцията“ — изрича Ботев непосредствено преди да поеме воеводство. Когато журналистиката е оръжие, към нея трудно може да се предявяват изисквания за толерантност. То е все едно да се говори за одобрителна плесница — така отвръща Илия Бешков, когато настояват да създава „положителна карикатура“. Но това е друга история...

Неслучайно в конфликта между „млади“ и „стари“, който започва да доминира в нашата преса през 70-те години, по-агресивни и непримирими са „младите“. Френски изследовател тълкува като знак и на известна самокритичност изреча на Ботев: „...отсам Дунавът смехът се е обръщал на псувня, а сатирата на проклятия.“⁸ Докато гневът на „старите“ е „по-обуздан, а упреците им често се превръщат в общи разсъждения за не-

обходимостта от единение на всички патриотични сили около националния идеал.“⁹

След Освобождението в обилието от партии, което се наблюдава у нас в края на XIX и началото на XX век, ядрата им нерядко се обединяват не около водещи принципи, а около водачи, някои от които сами са безпринципни. В Княжество България редица партии се персоналифицират: Стамболовистка, Радославистка, Тончевистка, Благоевска и пр. В тях последна, решаваща е думата на лидера. Партизанщината бележи партийни издания, които доминират в портрета на тогавашната ни национална журналистика. Периодични издания стават стожер, около който крепнат политически партии или котерийните им разновидности. На периодични издания се гледа като на един от лостовите за добране до власт или за властване.

Не случайно по време на Стамболовия режим в аргументацията на Закона за печата от декември 1887 г. се посочва, че главната му задача е да служи „...за ограждение на властта, принципът на властта“. Подчертава се, че „...един от най-опасните виновници на нашите народни нещастия са злоупотребленията, извършени посредством свободата на печата...“¹⁰

Наричащият се независим, информационният, масовият печат, още със своето създаване често се свързва с една или друга партия: в. „Вечерна поща“, в. „Дневник“ — със стамболовистите, в. „Ден“ — с прогресивнолибералите, в. „Утро“ е наричан вестник на всяко правителство. Участието в боричкаанията за власт заедно с принципа на този род журналистика (сензация на всяка цена) също я отдалечават от модела на толерантността — вестника-посредник.

Още един тласък в обратната на него посока е черпенето от тъй наречените „змиийски фондове“. В навечерието на Първата световна война се разширява практиката да бъдат подкупвани български периодични издания и журналисти в защита на чужди интереси — за присъединяването на България към един от военнополитическите съюзи — Антантата или Тройния съюз. Българското общество „...се развива не по иманентния закон на своята психика, не по спонтанните побуждения на своя вътрешен мир, но по бруталните тласъци на външни и вътрешни политически сили“ — пише д-р Кръстю Кръстев, един от най-ярките радатели за европеизацията на нашата култура.

В края на миналия век и в началото на нашия се заражда и един вид нетолерантност, белизана не само от родовите недъ-

зи на българските партии, но и от същината на идеологията — става дума за Благоевото направление в разбиранията за социализъм. Журналистиката като инструмент на партийната диктатура е в същината на неговата теория. Още тук е зададен прабразът на положението на журналистиката по време на тоталитаризма.

Всичко всички видове посегателства върху парламентарната демокрация в България, върху свободата на словото — било „отляво“ или „отдясно“ — пряко инспирират нетолерантност и в средствата за масова информация. А „първата плесница за младата българска демокрация“ е нанесена много скоро след Освобождението, през 1881 г., когато е суспендирана Търновската конституция и е установен режимът на пълномощията.

Ако се върнем към отношението толерантност — журналистика и се опитаме да разсъждаваме за него и чрез него върху днешната картина на българските СМИ, тази картина извънредно много ще се усложни. Един от пътищата за нейното изясняване е и в откриването на историческите корени на процесите и явленията.

1. Данова, Н. Реформаторът. — *Български журналист*, 1992, № 10, с. 43.
2. Вж. Петков, П. и В. Бонева. Толерантността, тази трудна политическа добродетел. В: Търново, С., 1992, с. 15-16.
3. Вж. Генчев, Н. Средновековният аристократ. — В: Социално-психологически типове в българската история. С., 1987, с. 8-43, с. 13.
4. Динев, П. Основни черти на старата българска литература. — В: Страници за старобългарската литература, с. 48.
5. Генчев, Н. Свята истина ни бе знамемо. — *АБВ*, № 34, 27 авг. 1985.
6. Шарова, Кр. Любен Каравелов. — *Литературен форум*, № 35, 19-25 окт. 1994.
7. Плетньов, Г. и Ив. Стоянов. Планове и програми в националноосвободителното движение през Възраждането. В: Търново, 1988, с. 84.
8. Лори, Б. Христо Ботев и сатиричният печат. — В: Христо Ботев — нови изследвания. С., 1990, с. 64.
9. Петков, П. и В. Бонева. Цит. съч., с. 8.
10. Свободата на печата в България. С., 1992, с. 65, 69.

Гл. ас. Веселина Вълканова

КОНЦЕНТРАЦИЯТА НА ПРЕСАТА И СВОБОДАТА НА СЛОВОТО

Свободата на мнението е закрепена в член пети на Основния закон на Федерална република Германия. В него се гарантира правото на всеки да изразява и разпространява своето мнение. Осигурява се свободата на печата, не се осъществява цензура.

Тези права ваят за цялата германска територия, включително и за източните провинции след обединението на Германия през 1990 г.

Безспорно един от най-интересните феномени на това обединение е реструктурирането в медиите. Как се извърши нелекият преход от партийната опека към свободната икономическа организация на печатните медии, при която те са частно или акционерно дело? Какви са характеристиките на този преход и в каква степен и с каква сила влезе в действие и за бившите жители на ГДР член пети на Федералната конституция? Каква беше съдбата на 39-те всекидневници, на големия брой седмични издания и какво стана с 14-те окръжни вестници в бившата ГДР?

След промяната на Изток настъпи истинска ерупция на нови издания — органи на различни граждански движения или плод на частна инициатива. Аналогичен взрив на печатни периодични издания наблюдавахме в България през 1990 и 1991 г., след което настъпи бавно затихване и успокояване на пазара. И за българските журналисти, както и за техните колеги от бившата ГДР, това беше ценно време — време на неподозирана свобода, на самопроверка и самодоказване, на експерименти. За журналистите от източните провинции това беше неочаквано безвремие, когато контролът на комунистическата партия беше зад гърба, а нови издатели все още нямаше.

В същото време вече съществуваше нелека конкуренция за вниманието на източноевропейския читател. Всички големи германски издателства от Запад се намесиха с утвърдени вече заглавия. Булевардната преса придоби най-бързо разпространение.

Оказа се обаче, че отварянето на границите и свободата на разпространението и на изток не са необходими и достатъчни условия за драстично повишаване на тиражите. Поне не за т.нар. „качествени вестници“. Утвърдените заглавия на „публицистично-визискателните“ „Франкфуртер Рундшау“, „Зюддойче Цайтунг“, „Ди Велт“, „Франкфуртер Алгемайне Цайтунг“, на реномираните седмичници „Дойче Алгемайне Зонтагсблат“, „Ди Цайт“ или на седмичното политическо списание „Дер Шпигел“ не се оказаха достатъчно печеливши на източноевропейския пазар. Повишаването на техните тиражи беше доста под очакваното след увеличаването на потенциалната германска аудитория. Защо тя не се превърна в реална? Трудно е да бъде даден еднозначен отговор на подобен въпрос. Доста елементарен ми се струва доводът за сравнително високата цена на тези вестници за тънкия джоб на германеца от източните провинции. По-богат на основания е твърдението, че липсата на читателски навики у него да потребява продукт като тези многообемни и достоепни, понякога и архаични като похвати издания, му отнемат и интереса към тях. Ненавикнал да селектира от големия брой „тетрадки“ омази информация, която го интересува, бившият гражданин на ГДР с по-голяма лекота се е справял с тежкия партийен жаргон на своите тънки партийни вестници.

Масовите издания, изданията за ръчна продажба намериха по-добър пласмент от „качествения печат“. Всъщност те бяха доста популярни на изток и преди промяната, въпреки „желязната завеса“. „Билд“ пусна едномилionen тираж за източните провинции от началото на 1991 г. Въпреки доброто приемане в началото тази цифра спадна наполовина до средата на същата година. Известен като изяснена и планирана конкуренция на „Билдцайтунг“ е експериментът със „Суперцайтунг“ — едно издание на западноевропейския издател Хуберт Бурда и на американско-австралийския мултимедийен издател Рупърт Мърдок. Успехът на този лист се дължеше до голяма степен на факта, че той беше специално концептуиран за източноевропейския пазар. Разбира се, много други издания, освен посочените, търсеха пазари на изток.

Все пак един от най-интересните феномени на промяната в медиите беше реструктурирането на регионалната преса в източните провинции на Германия и по-скоро нейната приватизация. Този интерес е съвсем естествен, като имаме предвид

малкия брой надрегионални вестници и силните позиции на регионалната преса, все структурни признаци на германската преса.

Процесите в регионалния печат в източните провинции протекха на няколко етапа. Още през октомври и ноември 1989 г. се извършиха необходимите промени в редакционните колегии. Бившите окръжни вестници на ГДР получиха своите нови имена. В началото на 1990 г. последва откъсването им от ГЕСП. Този етап е забележителен и интересен, свързан със споровете, нови концепции, експериментирание.

В повечето регионални вестници на територията на бившата ГДР следва сключването на партньорски договори с големи издателства от западната част. Вестниците постепенно придобиват характеристиките на модерни предприятия. Те получават нова електронна техника за събиране, обработка и синтез на информацията, издателски системи, осигуряващи предпечатните процеси, както и условия за качествен печат. Сред „придобривките“ от партньорството е намирането на решения за по-ефективен пласмент, както и разработването на концепции за рекламата.

Някакъв съвсем естествено идва решението на Постоянната служба по приватизацията „Тройханд“ да разреши закупуването на големите регионални издания предимно от „Бурда“, „Шпрингер“, „Грунер унд Яр“ и т.н. Ето един пример как големите стават все по-големи и получават възможност да монополизират пазара на пресата в регионално отношение.

Наистина „Тройханд“ забрани закупуването на повече от един регионален вестник от един и същ концерн, но има примери на големи издателства, които разпространяват на територията на една и съща провинция повече от едно печатно периодично издание. „Грунер унд Яр“ например притежава 51% от акциите на „Зексмише Цайтунг“, в същото време разпространява на територията на Дрезден, Кемниц и Мекленбург „Моргенпост“.

Разбирам, че подобна концентрация на пресата в Германия се получава вследствие на високите продажни цени на регионалните вестници на територията на източните провинции и съответните средства за наложителното техническо преоборудване на редакциите. А можеха да си ги позволят наистина само най-мощните издателски концерни. Но тази ситуация отнема от многообразието на мненията, а това е важна грижа на държа-

вата. Закупуването на регионалните вестници например от местни предприемачи според мен би спомогнало и за съхраняване и утвърждаване на провинциалния, на местния идентитет — така ценно национално качество. В този смисъл известно забавяне на приватизационния процес би било ход на толерантност и в полза на свободата на печатните медии в Германия. Ето една ситуация, която издига толерантността в журналистиката от сферата на личните и колективните отговорности до институционален и държавен въпрос.

II

Журналистика и малцинства

Александър Андреев Журналистика и ЕТНИЧЕСКИ МАЛЦИНСТВА

По повод медийното отразяване на различни етнически конфликти швейцарският юрист проф. Томас Флайнер отбелязва наскоро, че е налице необходимостта от журналистически „сини каски“. Тоест — темата е гореща, почти фронтова. Знаем защо, тъй че аз просто ще се опитам да направя бегъл сравнителен анализ между двата журналистически дискурса — българския и германския — по отношение на малцинствата.

Германският автор Одо Маркварт, перифразирайки формулата на Кант за красивото, твърди, че националната идентичност е целесъобразност без цел. Когато говоря за журналистите и малцинствата ще се опитам да засегна три съпътстващи сюжета: Първо: Консервативният завој в общественото мнение след 89-та година, който е налице както в някои западноевропейски, така и в доста източноевропейски държави. Резултатите от него болезнено изпитват тъкмо някои малцинства. Второ, в пряка връзка с този консервативен завој: амбивалентната позиция на журналистиката, която хем по идеално определение е многогласна и либерална, хем пък — волю-неволю — е обвързана с възможно най-широката публика, а в този смисъл — с мнозинството. И трето: възходът на медийната класа, която според френския философ Пол Вирилио постепенно подме-

ния политическата класа. Защото ако журналистиката действително изнемае част от функциите на политиката, тя в известен смисъл не само формира, но и законодателно закрепва отношенията между мнозинството и малцинствата.

Онова, което преди малко нарекох консервативен завој, най-ясно беше формулирано в една дискусия на страниците на авторитетния всекидневник „Франкфуртер Алгемайне Цайтунг“, който според мнозина наблюдатели все по-често застава на консервативни позиции. Формулировката, валидна, впрочем и за България, гласи: ако доскоро се бояхме от държавата, то сега трябва да се боим за нея. Този отказ от либерализъм, има особено тежки последици за малцинствата. Охраната на държавата, издигната като лайтмотив от медиите, означава между другото изолиране и маргинализиране на цели обществени групи, които реално или привидно застрашават общото благо. Сиреч, в журналистиката, поне отчасти, негласно се възражда тоталитарният принцип: Вярно е онова, което е добро за народа.

„Вредното“ за народа в Германия беше описано по следния начин още през 1933 година от един измежду идеолозите на националсоциализма Карл Шмит: „Инакомислещият, инакочувстващият, различният, инакомислещото изобщо и цялата диалектика на другостта — ето какво подкопава народностното съзнание.“

В България агресията срещу другостта и различното, а оттук — и срещу малцинствата — за съжаление не е изолирано явление и непрестанно се мултиплицира от медиите. Сред най-пресните примери са острите критики срещу Хелзинския комитет и срещу Амнести интернешънъл, които — друг въпрос е доколко уместно и аргументирано — защитиха правата на т.нар. „секти“ и на циганите. Разбира се, отделни български медии и журналисти плуват срещу течението, но в случая ме интересува самото течение. А през миналата година то беше пълноводно и силно. По друг повод обобщих основните подтеми на антималцинствената доктрина, която най-често се маскира като „защита на националните интереси“, тоест обслужва цитирания принцип: вярно е онова, което е добро за народа. Двойното дъно на въпросните „национални интереси“ откриваме всеки път при по-внимателен анализ на осите, по които протича защитата им в медиите:

- * враждебното отношение към българските турци и роми;
- * православният християнски фундаментализъм, насочен

агресивно както срещу исляма, така и срещу останалите вероизповедания, та чак до действителните или мними секти;

* панславизмът, отблъскващ западноевропейското и североамериканското влияние;

* ксенофобията, насочена към „малоценните“ чужденци в страната — главно от Третия свят или от Близкия Изток;

* агресивността към маргиналните групи — хомосексуалисти, проститутки, недъгави;

* санкциите срещу онези интелектуалци, които поставят под въпрос българската национална кауза;

Българските медии всекидневно захранват с примери този списък — ще цитирам напосоки някои от тях. Източници са вестниците „Труд“, „24 часа“, „Дума“, „Демокрация“, „Поглед“ и други: „Турците убиха Левски!“, „Някои български турци са главозамаеяни от някогашното величие на отдавна рухналата и изпратена на историческото бунниче Османска империя“, „Имам забранява продажбата на хляб за българи“, „Еми-сари дават пари за изучаване на турски език“, „Турска реч, омайна сладка“, „Монументални джамии незаконно се строят“, „Сигнал за насилствено ислямизиране“, „Цигани извършиха жестоко насилие“, „Цигани въртят кървав бизнес“, „Наркопаласори, контрабандисти, пияни шофьори, цигани и всякаква друга ношна измет прибраха столичните ченгета“, „Пастирка разпната 5 часа заради стадо овце — циганите я пребили и разпнали на кръст“.

Внушенията, които транспортират подобни текстове, цитират редица налични предразсъдъци на българите и дори създават нови. Както посочват и други автори (например Румен Яновски в изследване на асоциацията АКЕСЕ), по отношение на българските турци най-разпространените клишета са „мюсюлмани“ (с подтекст — ислямски фундаменталисти), „Пета колона“, радетели за „Кипърски вариант“ и др. Често под прицел попадат и културните и образователни права на български турци, макар че същите права се изискват за българските малцинства в съседни държави. По отношение на ромите или циганите в активно обращение са внушенията, че те представляват особобен престъпен контингент, че придобиват пари и имоти главно чрез незаконен бизнес, че са с нисък трудов морал и не подлежат на интеграция.

Средствата, с които си служат медиите, за да създават враждебност към малцинствата, също са анализирани нееднок-

ратно, тъй че аз само ще спомена най-разпространените. Сред тях на първо място е изтъкването на етническата принадлежност на престъпник или закононарушител — това, впрочем, е печална международна практика. Типично е и разминаването между съобщението в заглавието и съдържанието на самия материал. Използването на пейоративна лексика, главно турска, също създава у публиката отрицателни емоции. Прякото и без преход асоцииране на българските турци с някогашната Османска империя (сиреч — с „поборителите“) или пък с агресивния ислям, натоварва тази малцинствена група с чужди грехове и вини. Разбира се, фундаментът, върху който стъпва анти-малцинствената пропаганда, е разпространената сред българите етноцентристка нагласа. Българските медии твърде рядко рискуват да спорят с идеята за „неделимата българска нация“, а така доброволно се отказват и от възможността да въздействат върху този втвърден масов дискурс. Нещо повече: най-големите вестници често го мултиплицират чрез статии на негови изтъкнати привърженици като Николай Хайтов, Красимир Узунов, професорите Николай Генчев и Илчо Димитров. Много авторитетни западни автори посочват, че особено на Балканите идеята за хомогенна нация е абсурдна и тъкмо историците са кабинетните причинители на кървави конфликти. Един друг професор, малко по-известен от Генчев и Димитров, германо-британският учен сър Ралф Дарендорф, многократно отбелязва историческата обреченост на хомогенната национална държава, противопоставяйки алтернативата „хетерогенна национална държава“. Такава държава обаче вече не ще бъде в състояние да предлага на своите граждани опростени модели на идентичност. Тук трябва да се отбележат и терминологичните, юридическите, включително международноправни неясноти около понятията „малцинство“ и „етническо малцинство“, които нямам възможност да коментирам в подробности, както и някои опасности от практикуването на абстрактна толерантност към малцинствата, за които предупреждава например Дьорд Конрад. За да приключа с полемичните аргументи в дискусията между мнозинствата и малцинствата, ще цитирам само още няколко изречения от един христоматиен текст по въпроса, написан още през 1871 година от Ернест Ренан: „Няма съмнение, че Лотарингия някога е принадлежала към германската империя... Но почти навсякъде, където разгорещените германски патриоти се позовават на старото германско право, могат

да се открият доказателства за още по-старо келтско право. А преди келтите по тези земи, казват, са живеели алофилиите, фините и лапландците. Преди тях — пещерните хора. Преди пещерните хора пък — орангутаните. Тъй че подобна историческа философия в крайна сметка стига до едно-единствено, неоспоримо право в този свят: правото на орангутаните, които несправедливо са били прогонени от злата цивилизация.“

При анализа на отношението на германските медии към малцинствата, трябва да се отбележи, че с изключение на сравнително малките групи цигани, евреи, датчани и други, стъпци етнически малцинства в Германия почти няма. Има го обаче проблемът: по отношение на турците, кюрдите, на гастарбайтерите и кандидатите за политическо убежище, на чужденците изобщо. Тъй че ще си позволя да се отклоня от строго научната касификация и да предложа примери за отношението на медиите към тези групи. В противоречие с разпространената представа, германските медии, пък и мнозинството германци, според мен, могат да служат като модел за толерантност към малцинствата. Тонът в сериозните вестници и в обществените електронни медии е дружелюбен и балансиран, полифонията и плурализмът се поддържат не само чрез постоянни дискусии и защита на малцинствата, но и чрез участието на техни представители в самия информационен поток: вестниците често публикуват статии от представители на тези групи, нерядко по телевизията се явяват коментатори с екзотични имена и акцент. Тук е мястото да направя една препратка към българската практика. Не е ли естествено в една държава, където живеят на око поне милион и половина граждани от други етноси, техни представители да получат достъп до дискусия в централните медии, посветена на малцинствените проблеми? Нямам предвид опростените предавания или вестници на турски, а една, за жалост все още отсъстваща дискусия за малцинствата. Колкото до Германия, въпреки доминиращата толерантност, налице са и обратни примери. Спирам се избирателно на тях, за да опиша как гражданското общество противостои на подобни тенденции. Ето и няколко цитата: „Едно радикално малцинство води война срещу Турция, включително и на германска земя“, „Вън кюрдите-терористи!“, „Мошеник-кандидат за политическо убежище преби шест жени“, „Всяко трето престъпление се извършва от чужденци — много от тях са кандидати за убежище“, „Кюрдите, блокирали магистралата, в мнозинството си са

замесени в търговия с наркотици и други криминални престъпления“, „Българин с велосипед по автомагистралата“. Макар че повечето медии се въздържат от внушения, в отделни случаи се наблюдават прийоми, подобни на описаните в България: посочва се националната принадлежност за закононарушител, създават се асоциативни връзки с ислямския фундаментализъм, селективно се поднасят статистически данни за високия процент престъпления, извършвани от чужденци. В едно допитване на ляволибералния вестник „Франкфуртер Рундschau“ анкетиранияте абитуриенти смятат, че в Германия живеят 30 до 40 на сто кандидати за политическо убежище, докато действителният им брой е под 2 процента. Очевидно дискусията за правото на политическо убежище не на последно място и чрез медиите, е създавала у младите хора страхово преувеличени представи. Това накара експертите от кьолнската организация „Медиенуоч“ да започнат издаването на специални брошури, където се цитират статии, подбуждащи към ксенофобия, расизъм, милитаризъм, шовинизъм, женомразство или евроцентризм. Макар че в Германия живеят едва 70 000 цигани, тоест сто пъти по-малко на глава от населението, отколкото в България, ромската общност също активно се противопоставя срещу оклеветаването в някои медии. В един доклад под надслов „Заглавията се превръщат в запалителни бомби“. Централният съвет на германските рома и синти обвини медиите, че дискриминират циганите чрез стигматизираща информация. А бившият конституционен съдия Хелмут Симон смята, че колективните обиди срещу циганските и еврейските малцинства трябва да се преследват със закон. Председателят на Централния съвет на евреите в Германия Игнац Бубис предупреждава, че изобщо не бива да се говори обобщаващо за цигани, евреи, турци и други малцинства в Германия. Като се позовава на точка 12 от Кодекса на Германския съвет по печата, лидерът на германските цигани Романи Розе обвини медиите в „антициганизъм“ и представи като доказателство над 400 публикации с подобни внушения. Споменатият текст от незадаължителния журналистически кодекс гласи, че при налично обвинение, принадлежността към религиозно, етническо или друго малцинство може да се посочва само ако подобна информация е важна за правилното схващане на деянието. Според Розе, тази формулировка е реакционна и развързва ръцете на много журналисти, които вече не са принудени да използват и без това обидни евфемизми като

„еврономади“ или „странстваци, гъстро облечени племена“. В една дискусия на страниците на „Дер Шпигел Розе“ припомни разпореждането на райхсминистър Фрик от 1935 година, според което журналистите трябва да подчертават расовата принадлежност на осъдени неарийци, цигани или евреи.

В тоталитарните общества журналистите могат да бъдат принудени да водят антималцинствена пропаганда — доказва го не само практиката на Третия Райх, но и печалният български опит от близкото минало, когато — неприятно ни е да си спомняме за това — журналистиката гръмогласно подкрепяше така наречения възродителен процес. Но в постмодерното общество, където — ако се съгласим с Пол Вирилио — журналистиката престава да бъде просто четвърта власт, а се превръща в конкурент на първата и втората власт, кой субект ще стъпее да предпази журналистите от удобния етноцентризм и от ксенофобията? Естествено, и аз нямам друга рецепта, освен познания „самоконтрол“. Ще помогнат и някои качества, които обикновено вървят редом с нашата професия: диалогичността и плурализъмът, откритостта, свободолобивото и либерално мислене.

В доклада си пред научен симпозиум, организиран от „Доче Веле“, Имануел Гайс отбелязва: „Единната и неделима нация“ — това на практика означава централизация, практикувана от доминиращия етнос и асимилиране на малцинствата чрез репресивен натиск отгоре, който непрестанно поражда съпротива отдолу.“ А известният унгарски писател и публицист Дьорд Конрад беше още по-ясен: „Да поставяш под въпрос правото на малцинствата да съществуват, да ги прокуждаш и депортираш — това е фашизъм. Всеки народ, който детерминира своята идентичност чрез противопоставянето, трябва да бъде смятан за фашистки. Който подменя принципа на политическата общност с принципа на етническата общност, той вече е близо до расисткото общество. Демократичният характер на една държава става съмнителен, ако мнозинството интелигентни граждани поставят социализма, националната държава или религията по-високо от достойнството на личността.“

Искрено се надявам, че мнозинството интелигентни граждани в България, сред които по определение трябва да бъдат броени и журналистите, след лоша опит със социализма няма да повторят грешката с националистически или религиозни докрини. Защото, особено след 1989 година, стана ясно, че ет-

ноцентризмът и религиозната нетърпимост са несъвместими с демокрацията. Защото автентичното демократично общество се дефинира чрез универсалните общочовешки принципи, а националната държава стъпва върху етническия принцип. Струва ми се, че това убеждение е особено важно за нас, журналистите, които божем се опитваме да бъдем преди всичко демократи.

Доц. Георги Лозанов

ЕЗИКОВИТЕ УБЕЖИЩА НА НЕТОЛЕРАНТНОСТТА

Цивилизованото обсъждане на нетолерантността в медиите като че ли по правило „хлътва“ в морален дискурс. Така то фактически прекъсва още преди да е започнало. Самият избор на дискурс предполага нетолерантността като нещо безспорно лошо и обезсмисля въпроса какво е тя всъщност. Критическата рефлексия експлицира собствените си морални ангажименти, вместо да анализира тези на своя обект, жертва разбирането в името на присъдата и с това сама се „заразява“ с нетолерантност. Изходът от подобна морална миметичност на рефлексията е в смяната на дискурса ѝ — примерно, с „технологическа“ интерпретация на нетолерантността в медиите като „чисти“ езикови случки.

Тези „случки“, у нас поне, разпространени преди всичко в печата, най-често „паразитизират“ върху криминалната хроника и се свеждат до риторическото клише от типа: циганин уби... арабин изнасили... и пр. Разгърнато, клишето се състои в наслагването на два сюжета: единият — криминален, който се разказва, и вторият — културен, който се подразбира. Извършителите на деянието се идентифицират, според потребностите на разказвания сюжет, но също и етнически, религиозно или сексуално — вече без такава потребност. Информационният разказ за престъплението въвежда „от място“ различности в обществото, без да има нито средствата, нито желанието, да ги „мисли“. Просто патологите на конкретното нарастват до съдържание на абстрактни понятия: циганин, арабин, негр, ис-

лямист, адвентист, хомосексуалист и пр. Публичното пространство се набраздява от културни синири и през оптиката на „нетолерантния текст“ злото се привизда зад синора, а доброто — пред него. Тази „икономика на доброто“ се ражда от езикова злоупотреба: силно референтно писане поема функциите на писане с „плаващ“ референт. Жанровият чадър на информацията създава илюзията, че реалността сама е „проговорила“, за да тематизира (в аморален план) етническата, религиозната или сексуалната другост.

Като хора, чието близко минало е експонат от „музея на тоталитаризма“, ние добре помним, че войнстващата нетърпимост към другостта е задължителен аксесоар на идеологията. Тя експлоатира противоречията между различностите в обществото, за да формира светогледни подобия. Затова и започналото напоследък у нас ново, националистичко фокусирано, идеологическо производство с готовност „авторизира“ проявите на нетолерантност в медиите. Адресира ги преди всичко към преките си етнически и религиозни врагове, макар че за него те са ценни и в по-общ план — като пробиви въобще в либерализма, противоположен за всяка идеология. Тук обаче няма да се спирам на начина, по който новият местен национализъм си „служи“ с нетолерантността в медиите, а на далеч по-любопитния от моя гледна точка въпрос: как тя беше възможна преди него, в последните пет години, когато нашето общество живя в относителен идеологически антракт.

След падането на комунизма предреченият от някои изследователи „край на идеологиите“ като че ли наистина настъпи. Изглеждаше, че индивидът повече няма да позволи на властта да го дисциплинира „отвътре“ — чрез мрежа от светогледни клишета, а само „отвън“ — чрез мрежа от публични правила; че редът в обществото повече няма да се гарантира с подобие в мисленето...

Всъщност, старата социална идеология, като „легитимация на система на авторитет“ (Пол Рикьор), бе престанала да функционира далеч преди 1989 година. За последната нейна кампания може да се приеме тъй наречения възродителен процес, когато социализмът през 1985 година (като далечно „предчувствие“ за появилия се през 1995 година национализъм) се опита да реформира своята идеология по посока на националсоциализма. Това още повече фиксира картината: идеологията

вече не бе в състояние да легитимира институциите на властта, по-скоро те легитимираха нея, т.е. светогледните визии на индивидуалното съзнание се бяха освободили от идеологическата повинност да произвеждат власт. И ако политическата употреба на тази свобода (в десидентски жестове) беше екзотика, то културната ѝ употреба (в двойните и тройните дъна на риториката) и интимната ѝ употреба (в личното общуване) бяха ежедневие. Въобще в плана на индивидуалния опит идеологията не ставаше за нищо друго, освен за трапезна гротеска.

И ако тъй нареченият социалистически човек слезе от идеологическия влак доста преди 1989 година, то след тази дата го последва и самата комунистическа партия. Тя панически насочи пропагандата си в обратната посока: да докаже, че повечето от нейните членове са изграждали своите професионални и морални позиции „зад гърба“ на идеологията, или поне независимо от нея. Ако някой все пак не искаше да се откаже от идеологическата си привързаност, трябваше да я понесе като свой личен избор. Това фактически беше „разпускане“ на светогледния колективен аз и реабилитация на индивидуалните азове, които доскоро са го „обитавали“. Бившите комунисти се заеха „отвътре“ да доунищожат идеологическите остатъци, за да може „отвен“ процесът да изглежда като отцеубийство (в психоаналитичен смисъл): просто един дълъг идеологически пубертет, който най-после е завършил по подобаващ начин — убийство на бащата; вместо чувство за вина, чувство за инфантилна безнаказаност.

През това време демократичните сили, подведени от колективното светогледно въодушевление, което политически представяха, с 45 години закъснение на свой ред станаха жертва на илюзията, че ще могат да управляват нашето общество, чрез светогледен колективизъм. Ключовата му идеологема вече не беше комунизъм, а демократия. Тъкмо тя обаче им изигра лоша шега, тъй като демокрацията не е светогледен комплект, а комплект от социални процедури; „празна рамка“, която може да побере в себе си изключващи се светогледни ориентации. С други думи тя задължително предполага либерализъм, толерантност към различността, а не страст към подобие и затова просто не може да бъде идеологизирана. Насилието върху природата ѝ си „отмъсти“ и Съюза на демократичните сили не само загуби властовата си позиция, но се разпадна на политически различности, които една подир друга изиграха

ролята на жадувания идеологически враг.

В крайна сметка нашето общество поне десетина година, заради рухналите амбиции на старите и неосъществените амбиции на новите идеолози, щастливо живя без идеология. Проблемът е, че именно тогава в посттоталитарния печат започнаха да „самовъзникват“ — без идеологическо авторство — прояви на нетолерантност. Изглеждаше като че ли вестникарският език сам санкционира различностите в обществото. И действително беше така.

Процесът на демократизация в посттоталитарния печат се изрази в деконструиране на завареното там идеологически дисциплинирано говорене. В агент на деконструкцията се превърна „ежедневният глас“ — професионално неформализирана реч на личното общуване. На казионната публична риторика от близкото минало бе противопоставена риториката отвъд публичността. Тиражните вестници започнаха да се пишат на езика, на който говорят техните читатели. Новият печат създаде от личното общуване нов културен „герой“, защото то по време на тоталитаризма имаше смелостта да изрича онова, което публичното общуване неизбежно премълчаваше. Така отдавна постигната от индивидуалното съзнание свобода бе усвоена от вестникарското говорене; бе деконструирана неговата идеологическа институционализация, но заедно с нея бе деконструирана и професионалната му институционализация. Получателят на съобщението езиково „погълна“ в себе си изпращача. Журналистическият дискурс, за да разпадне идеологическия си център, се саморазпадна до преддискурсивна ежедневна реч.

Именно тя, заедно с моралния катарзис, който носеше, започна да генерира нетолерантност към различностите в обществото. Личният опит, от който тази реч е „иззета“ за публична употреба, има склонността да глобализира „видимата“ част на цялото и метонимично да я „разнася“ върху него. Той строи картината на света само от парчетата, с които разполага. Така, ако един арабин извърши убийство в съседния двор, всички араби се превръщат в убийци. Познавателното дисциплиниране на този вид опитност става чрез професионално ангажирани дискурси, чиито референти не се разполагат в биографично, а в културно пространство. Именно такъв е журналистическият дискурс, който в посттоталитарния печат „пожела“ да бъде за-

местен от пред-дискурса на личното общуване. То получи публичност, за която не носи културна отговорност. Частното — със своите моментни кризи, страхове и радости — чрез печата се универсализира и започна „анонимно“ и „естествено“ да произвежда нетолерантност — нетолерантността, заложена в самия факт на всяко отделно тленно човешко съществуване. И тя се прояви в печата, тъй журналистиката се отказа от средствата за нейното културно сублимиране.

Така, парадоксално, докато в „единия си край“ посттоталитарният печат деконструираше риторическите механизми на старата идеология, в „другия“ създаваше риторическите предпоставки за възникването на нова националистична идеология. И тя се появи. Не искам да кажа, че посттоталитарният печат и по-общо посттоталитарната публична словесност е нейният автор, но едва ли е случаен фактът, че тя тръгна тъкмо от писателските среди...

Гл. ас. Светлозар Кирилов

ПЕЧАТЪТ И КОНФЛИКТЪТЕ МЕЖДУ БЪЛГАРИ И ЦИГАНИ

Настоящият текст е част от изследването „Образът на циганите в българската преса“, поръчано и финансирано от Комитета за защита правата на малцинствата. Цялостното проучване обхваща всички публикации, отнасящи се до ромите, в дванадесет български издания за период от пет месеца (1 февруари — 30 юни 1994 г.). Сред изданията осем са столични вестници с национално разпространение — „24 часа“, „Демокрация“, „Дневен труд“ (по-нататък ще бъде посочван само като „Труд“), „Дума“, „Ношен труд“, „Стандарт“, „Жълт труд“ и „168 часа“. Останалите четири вестника са пловдивски — „Глас“, „Марица“, „Неделен новинар“ и „Пловдивски новини“.

1. ТЕОРЕТИЧНИ ПРЕДПОСТАВКИ. Когато става дума за начина, по който медиите отразяват дадено етническо малцинство, трябва да отговорим на две групи въпроси:

1. Какви са и какви трябва да бъдат отношенията между

макроетноса и етническото малцинство?

2. Как е отразено и как трябва да бъде отразено етническото малцинство в медиите?

Към всяко етническо малцинство по света по принцип са възможни пет типа отношения от страна на етническото мнозинство: изстребление, изселване, изолация, асимилация и толерантност.

В отношениято към етническите малцинства, вкл. и към циганите, могат да бъдат проявени две крайности, които са еднакво опасни и неприемливи. Ще ги обозначим като национализъм и „абстрактен хуманизъм“.

Крайността на национализма се нуждае от по-малко обяснение. Тя е свързана с известни явления като расизъм, шовинизъм, ксенофобия, водещи до драматични, нерядко кървави сцени в междуетническите отношения. Различните степени и варианти национализъм тласкат към отношения спрямо малцинствата от типа на изстреблението, изселването, изолацията или асимилацията.

Не бива да си затваряме очите и пред опасността на „абстрактния хуманизъм“. Така наричаме състоянието, при което етническото мнозинство прави отстъпки и толерира определено малцинство, без този процес да е двустранен, без малцинството да смята, че трябва да проявява гражданска отговорност и толерантност спрямо мнозинството. Всъщност толерирането на малцинството, предоставянето му на права именно като на етническа група, води до нарушаване правата на други групи граждани. Нерядко подобен „абстрактен хуманизъм“, нещо, което е благородно по замисъл и диаметрално противоположно на национализма, всъщност води до развитието на „малцинствен национализъм“.

2. ОСНОВНИ ТЕМИ. За петте месеца (февруари — юни) от 1994 г. в наблюдаваните дванадесет издания са публикувани общо 442 текста, свързани по някакъв начин с ромите. Те са разпределени към седем обобщени теми:

	Брой	%
1. Цигани и престъпност	148	33,5 %
2. Социални проблеми на ромите	82	18,6 %
3. Конфликти между българи и роми като общности	77	17,4 %
4. Участие на цигани в политиката	51	11,5 %

5. Култура на циганите	49	11,1 %
6. Опити за интегриране на ромите	31	7,0 %
7. Циганите по света	4	0,9
Общо	442	100 %

Беглият преглед на темите очертава определени тенденции. Вижда се, че циганите присъстват предимно във вестникарските колонии за престъпността — тези публикации представляват 1/3 от материалите, свързани с ромите.

Конфликтите между цигани и българи като общности, отразени в общо 77 публикации (17,4 %), е трета по количество тема и включва текстове за сблъсъци, надхвърлящи равнището на битовите конфликти и престъпността. Тя именно ще бъде предмет на обстоен анализ по-долу.

3. КОНФЛИКТИТЕ МЕЖДУ БЪЛГАРИ И ЦИГАНИ ВЪВ ВЕСТНИКАРСКИЯ ФОКУС. 77-те публикации по темата могат да бъдат разделени на две големи групи:

Конкретни сблъсъци между българи и роми (38 текста).

Публикации за социални субекти, преценявани като „антагонисти“ на циганите (39 текста).

3.1. КОНКРЕТНИ ЕТНИЧЕСКИ СЪБЪСЪЦИ. За наблюдавания период (февруари — юни 1994 г.) според текстовете най-високо е напрежението около циганските махали в Плевен, Пловдив и Стара Загора.

Нападението на циганската махала в Плевен е първият по-сериозен етнически конфликт за наблюдавания период, който вестниците отразяват. Според публикациите група младежи на 14-18 г. нападнали циганския квартал „Стара гара“ в Плевен през последните дни на март. Местен следовател смята, че това е отмъщение заради момче от квартала, на което циганите нанесли побой („Труд“, 1 април 1994 г.; оттук нататък за всички позвоавания на вестници следва да се разбира, че се отнасят за 1994 г.). Тийнейджърите били въоръжени с камъни, тояги, бутилки със запалителна течност. Те чупели прозорците на циганските къщи и запалили покривите на три от тях. Полицията успяла да прогони нападателите, като се наложило да възпира и циганите от съседните села, дошли „да помагат на събратята си“ („Труд“, 1 април).

Пловдивският квартал „Столипиново“ е известен като потенциален кратер на етнически конфликт. Затова и в настоя-

щия контент-анализ бяха включени четири пловдивски издания. Според официалното преброяване от 1992 г. в Пловдив живеят 24 000 цигани, но данните на полицията от същата година сочат численост на ромското население в града 61 000 — 2,5 пъти по-голяма от официалната.

Най-острият конфликт в Пловдив, попаднал в ползрението на пресата през петте месеца, може да бъде датиран с начало 20 април, след което следва доста сложно развитие. На споменатия ден вестник „Пловдивски новини“ излиза с водеща новина под „главата“ относно позив за разправа с циганите. Публикувано е и съдържанието на самия позив: „Братя българи, убивайте мургавите паразити, крадци, убийци, просици и дегенерати.“ Подписан е „К.К.К. Хитлер“, има и изрисуван пречупен кръст.

Позивът и неговото огласяване предизвикват противоречиви реакции. РДВР — Пловдив излиза с декларация, в която обвинява вестника в търсене на сензации и предизвикване на етническо напрежение, поради това, че не са намерени други екземпляри от листовката, освен този в редакцията. Конкуренцията в лицето на „Глас“ директно обвинява „Пловдивски новини“, че „тиражира очевидно скалпен позив. Миналата година същият вестник пак тиражира подобен позив и пак единственият екземпляр се оказа в редакцията“ („Глас“, 22 април). Но само десетина дни по-късно, на 3 май, е съобщено за нови листовки, апелиращи за „етническа чистота“, отново със свастика, но този път подписани от „Комитет за етническо спасение“ („Марица“ и „24 часа“, 3 май).

На няколко пъти изданията споменават предположения, че позивите може и да са провокация на пловдивските цигани за постигане на собствени цели: „С листовките можело да се оправдае искането на циганите за раздаване на оръжие на техните лидери, предполагат осведомени“ („24 часа“, 4 май).

Своеобразен завършек за наблюдавания период относно положението в Пловдив са няколко публикации на „Марица“. Те са посветени изцяло на остри конфликти между цигани и българи и в тях се прокрадва идеята, че не е възможно съвместния живот на двете общности. Най-яркият материал от този тип е озаглавен „Под страх от бой и изнасилване живеят българите в квартал „Столипиново“ (15 юни). В него са отразени впечатленията на българите, живеещи в един блок с цигански семейства — тъжен разказ за липса на елементарна хигиена в

блока, комбинирани от страна на циганите с побоища, кражби, избити зъби, заплахи, постоянен страх за българите: „Тук, при нас, не е за живеене, казват в един глас Мария и Илия Караманови от „Сокол“ 14. Нападани сме няколко пъти, а веднъж един циганин ме напръска със спрей, дърпа ме, вика ми че съм мръсен гяур. Другият държи жена ми и я удря в кръста“.

На 26 април късно вечерта група младежи, според публикациите от вестниците, нападнали старозагорската циганска махала „Лозенец“. Те влезли в две от къщите и „пребили живеещите в тях, крещейки, че циганите са измет и заслужават само смърт“ („Труд“, 28 април). Самоличността и мотивите на нападателите остават неизвестни.

Този сблъсък има сериозни последици, също както случая в Пловдив. Циганското население решава, че ще стане обект на ново нападение, планирано за Гергьовден, и започва да се готви за отбрана. Вестниците съобщават, че ромската махала е „отцепена“ от жителите и и „групи, въоръжени с ножове, самоделни саби, вили и арматурни жезла, дежурят на смени около възлови пунктове“ („Стандарт“, 3 май).

Срещаните в пресата версии относно станалото в старозагорската циганска махала могат да бъдат обобщени в две групи:

- Напрежението е инспирирано от среди извън средите на циганите. Според различните варианти пловдивски бизнесмен плащал във валута на националистически групи да сеят напрежение в старозагорския цигански квартал; предполага се и намеса на Гелеменов. Или пък политически сили се стремели да привлечат вниманието към себе си в навечерието на евентуални избори.

- Паниката съзнателно е предизвикана от среди сред циганите. Евентуалните причини са циганското желание да се ускори изграждането на полицейски участък в махалата или да се zlepостави страната на пред международните организации, занимаващи се със спазване на човешките права.

Показателни са опитите на пресата да прецени причините за конфликтите. Двете гледни точки доста точно са изразени в публикация, относно сблъсъка в Плевен: „Специалисти ще трябва да отговорят кой и защо тормози циганите — дали за неизменните им кражби или това е резултат от ксенофобия“ („Дума“, 2 април). Ако се разгърнат, те ще доведат до две противоположни позиции.

Според едната, циганите сами са си виновни за отрицателните нагласи и нападенията срещу тях поради престъплението, които непрекъснато вършат. В този случай отрицателното отношение към тях е тотално, като към общност, на която трябва да се търси колективна отговорност.

Според другата позиция за ромската престъпност има социални причини, главно безработица и бедност, а освен това не всички цигани вършат престъпления. Отговорността за престъпленията трябва да бъде индивидуална, на извършителите, а не колективна, на циганите въобще.

Тази мъчителна дилема също е отразена в публикация за конкретен, при това доста остър, случай на етнически сблъсък. На 25 февр. 22-годишен циганин, избягал от поделението си войник, съсякъл с бравда 70 годишен старец в с. Долно Белотинци, на 8 км от гр. Монтана, и ограбил покъщината. Реакцията на местните българи илюстрира първата позиция — отрицание на циганите като общност: „Потресени от жестоко убиство, селяните решили, че им е дошло до гуша от кражбите и побоищата на местните роми и се вдигнали за самоотбрана и отмъщение. Посред нощ всички роми били изведени в центъра на селото, на мира били оставени само бременните жени и децата. По сведения на кмета Генчо Колов най-разлутените селяни искали дори да подпалят или избият циганите в край-селското дере“ („Демокрация“, 1 март). Намесва се полицията, която успява да предотврати линчуването на циганите, както и да спре идващите на помощ роми, но още същата вечер цигани пребиват в селския бар четирима българи.

Публикацията съдържа и другата възможна позиция: „Не мога да укротя хората, те не искат да живеят под заплаха“ — казва кметът Генчо Колов. Но признава, че сред 160-те роми в селото малцина крадат и безчинстват. Останалите са добри и трудолюбиви хора“ („Демокрация“, 1 март).

3.2. СОЦИАЛНИ СУБЕКТИ, ОБЯВЯВАЩИ СЕ СРЕЩУ ЦИГАНИТЕ. За петмесечния период като основни „антагонисти“ на циганите според публикациите, са се очертали отец Гелеменов и „бръснатите глави“.

На Гелеменов от февруари до юни 1994 г. наблюдаваните 12 издания са посветили общо 23 текста. Логично е, че най-висок е интересът за пловдивските издания, които доста плътно следят неговите изявления и действия — „Марица“ му отделя 7 материала, „Глас“ — също 7, „Неделни новини“ — 2. Столич-

ните вестници демонстрират нееднакъв интерес — Гелеменов се оказва любобитен обект за отразяване главно за „24 часа“, посветил му 6 публикации.

Когато пресата се опитва да идентифицира Гелеменов политически, той най-често е определян като националист, лидер на нерегистрираната националсоциалистическа партия „Възраждане“ (сам Гелеменов се определя като „умерен националист“). Журналистите, въз основа и на негови изявления, го свързват и с БСП, и със среди в Русия, и с офицери от армията и Държавна сигурност.

В отразяването на личността му се забелязват определени харизматични нюанси, провокирани от негови изказвания, които изданията преценяват като „читателски магнит“. Гелеменов е забуден в загадъчност и мистика, той има таен двойник („Дума“, 7 март). Отецът скрито е подкрепян от офицери в армията и специалните служби и не отхвърля мисълта за преврат („Глас“, 2 март). Същевременно се предполага, че е финансиран както от руски банки („Глас“, 1 март; „24 часа“, 2 март), така и от иракски фундаменталистски организации. Противоречието между панславизма и национализма, от една страна, и връзките с арабски фундаменталисти, от друга, Гелеменов, дошъл като балкански Макиавели, обяснява: „Политическо съвършенство било да използваш парите на противниците си“ („Марица“, 23 юни). „Хора на Елцин“ биха подкрепили опита му за преврат („Глас“, 2 март), а същевременно — отново противоречие, — контактите му с руски кръгове се провалили, поради неуспеха им да осъществят пуча в Русия от октомври 1993 г. („Марица“, 24 юни), който логично би трябвало да е срещу първоначално споменатите „хора на Елцин“.

Шрихите в портрета на Гелеменов се допълват от редица негови драстични изказвания, които изданията, особено пловдивските, с охота тиражират:

- Гелеменов смята да създаде „циганеуми“ — резервати, където ще бъдат изолирани циганите („Дума“, 7 март).

- Гелеменов се самоизживява, че е големият бял баща на циганите („24 часа“, 16 април; „Пловдивски новини“, 16 май).

- Съветва цигани и турци да си променят имената: „Да върнат суфиксите -ов, -ев, -ова, -ева в имената си, иначе ще ги накарам по цял ден да си пеят „Аз съм българче“, докато завият като кучета“ („Глас“, 20 април).

- Заканва се да обеси лидери на ДПС: „Заради този кир-

лив турчин Шакир Коджаали (секретар на VII пловдивско кметство) трябваше да обещавам във Второ полицейско управление, че засега няма да им режем главите и да ги скопяваме... Той (Гелеменов) посъветва Коджаали да замине за Турция, за да не диша българския въздух, защото, ако остане тук, щял да бъде обесен на моста на Марица. След като обесел и Ахмед Доган за тестисите, отецът щял да даде банкет в родното си село Баян. Панагюрско, в чест на поп Груйо Бански“ („Марица“, 23 юни).

- Нарекъл прасето си Александър Йорданов („Марица“, 24 юни) и т.н.

На млежките групи, известни като „бръснати глави“, са посветени 16 текста. Може да се каже, че през 1993 — 1994 г. българския печат открива нов, неизвестен дотогава социален субект и отделя на „скинхедс“ немало текстове. Това е провокирано и от конкретно събитие — факелното им шествие в София на 20 април 1994 г., разпръснато от полицията. Събитието е отбелязано като водеща новина за редица издания и е последвано от материали, информиращи аудиторията за „бръснатите глави“. Най-много публикации за скинхедс помества „Труд“ — общо 5.

Идеологията на скиновете не е особено ясна, но те се определят, както предават вестниците, като националисти, решени да воюват за „чиста раса“ и Велика България. „Те мразят страстно циганите, наркоманите, сутенърите, проститутките, евреите, незаконните емигранти и чужденците, които въртят бизнес у нас, отнемайки шансовете на националния капитал“ („Труд“, 22 април). Имат нещо общо с фашизма и анархизма, но не всички от тях споделят подобни идеи и техни представители не са съгласни да ги определят като неонацисти („Труд“, 22 април).

Идентификацията им с конкретни политически формации също е неопределена. „Бръснатите глави“ в публикациите най-често са свързвани с Дясно демократично движение, формацията на Гелеменов и БНРП, но членове на скинхедс в някои от текстовете са склонни да се дистанцират от споменатите политически сили. Вероятно скинхедс са по-скоро неформални младежки групи, несвързани пряко с някоя партия. Като аргумент някои от вестниците посочват, че част от побойте стават не само в името на борбата за „чиста раса“, а и заради футболни пристрастия, момичета и др. подобни.

Характерна е гледната точка на изданията спрямо „бръснатите глави“ — вестниците не заемат определена позиция спрямо тях, нито положителна, нито отрицателна. По-скоро скинхедс представляват за тях нещо екзотично, любопитно, предмет на чисто новинарски интерес.

Показателно е отразяването от пресата на изявата на скиновете в София от 20 април. Тази дата едновременно е свързана със 118 годишнина на Априлското въстание и рождения ден на Хитлер. Пред народния театър „Иван Вазов“ в столицата се провежда митинг на БНРП, в който участват и бръснатите глави. На митинга скиновете изгарят турското знаме. След това предприемат самостоятелно факелно шествие, което е разпръснато от полицията, а четирима души са арестувани. На следващия ден това е водещата новина за „труд“, „Дума“ и „24 часа“. Съвсем сходно е и фотографското отразяване на събитието — в почти всички вестници фотообективите са хванали горенето на турското знаме с полумесеца, както и причудливите флагове на бръснатите глави с орли и келтски кръстове, използвани и от нацистите.

Позицията в текстовете относно събитието е общо взето неутрална — нито съчувствие към бръснатите глави, нито одобрение за действията на полицията. Гледните точки са представени чрез изказвания и на двете страни. Само донякъде „Дума“ внушава известен негативизъм към „бръснатите глави“, но много нюансирано, доколкото ги определя като неофашисти.

4. изводи. 1. Публикациите на „циганска тема“ не демонстрират особена аналитичност. По начало повечето от текстовете за конфликти между цигани и българи са от информационен характер — 64 от общо 77. Но и останалите 13 не могат да бъдат преценени като особено задълбочени. Липсват сериозни обяснения за причините за конфликтите, няма прогнози как ще се развиват по-нататък отношенията, няма разсъждения относно предотвратяването на подобни конфликти.

2. Слабата запознатост на журналистите с живота на циганите води до възприемането им като обобщен образ, като „тотална“ общност. В единични публикации има слаби догадки за съществуването на цигани мюсюлмани и цигани християни — и толкова. За журналистите и за широката аудитория остава неизвестно, че съществуват цигански групи, които са доста различни помежду си по начин на живот, обичаи, манталитет. Отношенията между тези цигански групи нерядко са враждеб-

ни и понякога нециганинът (напр. българин) е преценяван като по-близък, отколкото членът на друга циганска група.¹

3. Възприемането на циганите в пресата като „тотална общност“ възпроизвежда определени стереотипи за тази група. Циганите в публикациите нерядко са представяни като диви, некултурни, примитивни, крадливи, отмъстителни, мързеливи, безотговорни, недисциплинирани. Все пак остава сложният въпрос дали стереотипите за групата отговарят на нейни реални характеристики или се дължат по-скоро на предубедено отношение към „те-групата“, „другите“, „чуждите“.

4. Отношението спрямо циганите, за което допринася пресата, трудно може да се определи еднозначно. Преобладаващият брой публикации от конкретната тема (51 от 77) са неутрални спрямо циганите, но от това не може непосредствено да се направи извода, че пресата е безпристрастна:

Неутрално отношение	51
Нееднозначно отношение	12
Отрицателно отношение, изразено по косвен начин	9
Иронично-подигравателно отношение	3
Положително отношение	2

Преобладаващото неутрално отношение по-скоро се дължи на нежеланието или нерешителността на изданията директно да афишират позицията си по такава деликатна тема като етническите отношения, за да не бъдат обвинени в нетолерантност.

5. Етноцентризмът и завоалираното негативно отношение на пресата спрямо циганите най-добре личат от използваните източници на информация. За текстовете към разглежданата тема, балансът на източниците е следният:

Автор и нероми	56
Автор, нероми и роми	9
Само автор	7
Автор и неопределени субекти	4
Автор и роми	1

Като се има предвид, че темата са конфликти между българи и цигани като общности, това означава, че само в 9 от общо 77 материала са изложени гледните точки и на двете страни. В огромния брой публикации, 56, за източник на информация служат нероми, което означава, че се излага само една позиция. Това е пример за липса на вътрешна диалогичност в българската преса по проблема, за отсъствие на алтернативни

гледни точки в изданията, при това по крайно парлив проблем.

6. „Циганската тема“ конкретизира определени мисловни схеми в българската журналистика. При публикациите за циганите много често се актуализира схемата за „твърдата ръка“.

Мисловната схема за „твърдата ръка“ отговаря на определени авторитарни нагласи в българското общество. Съдържанието на схемата е, че времето след 1989 г. е период на хаос, несигурност, растяща престъпност, а в наши условия демокрацията представлява анархия и слободия. Необходима е „твърда ръка“, която да наложи ред и дисциплина. При публикациите на „циганска тема“ конкретната модификация на схемата е, че циганите нарушават реда, не спазват законите, вършат престъпления и се налага да бъдат обуздани със сила. В немалко случаи схемата съдържа допълнителни компоненти: ако законите и институциите (полицията, съдебната система, прокуратурата) са неефективни и безпомощни да се справят с разтягата циганска престъпност (а внушението на материали-те е такова), то се налага саморазправа на българите с циганите или озаптяване чрез „извънредна сила“.

Другата линия в мисловната схема според публикациите за „извънредната сила“ най-често отвежда до бръснатите глави и Гелеменов. Отразявайки тази нагласа на част от гражданите, журналистка на „Демокрация“, подготвяща материал за бездомните цигански деца на централна гара в София, предава думите на случаен минувач: „Какво се занимаваш с тях <...> само бръснатите глави ще ни отърват от тях“ („Демокрация“, 18 февр.)

7. Може да се направи и предположение, че част от вестниците отразяват изказвания или реални действия против цигани на социални субекти, като бръснати глави или Гелеменов, не само заради новинарския интерес. Отразявайки действия, насочени срещу циганите, някои от изданията вероятно следват аналогични свои нагласи, които се опасяват открито да афишират. Редакциите пряко не изразяват позиция — одобрение или неодобрение за Гелеменов, за или против нападенията на бръснатите глави, съчувствие или осъждане на циганите, но някои детайли в част от публикациите подсказват имплицитно отношение на автора и то не е в полза на циганите. Например публикацията на „Труд“ за нападението на циганския квартал в Плевен носи надзаглавие „Три къщи горят за назиждане“, а в текста за евентуалните мотиви за нападението се споменава:

„Според българите, местните роми били известни с крадливостта си и с честите издевателства над своите съсед“ (1 април).

8. Ситуацията около конкретните етнически конфликти дава възможност за задействане на опустошителния механизъм на „самоизпълняващото се пророчество“ при етнически напрежения, съществен „принос“ за което може да има и пресата. Американският социолог Робърт Мъртън илюстрира този феномен, говорейки за народ, сред който възниква слух, че съседите му възнамеряват да го нападат. Хората от народа започват да се готвят за война; тези техни приготвления стават известни на съседите и те на свой ред започват да трупат оръжие. Това потвърждава у първия народ предположението за предстоящ конфликт и придава истинност на първоначално погрешния слух. Всяко засилване на подготовката за война у единия народ води до аналогични действия сред неговите съседи. Накрая войната избухва; пророчеството се е самоизпълнило.

Редица черти на „самоизпълняващото се пророчество“ притежават и отразените събития, особено в Пловдив и Стара Загора. Първоначално има агресивни действия срещу циганите (Стара Загора) или очаквания за подобни действия (Пловдив). След публикуването на тези съобщения в пресата, циганите, смятайки се за застрашени, стават агресивни и тази тяхна агресивност може да стане основание за „другите“ (българите) да вземат ответни мерки. В изданията се тиражира и предположения, че напрежението може да е провокирано от циганите, преследващи собствени цели — злепоставяне на България пред международни институции или издействане на разрешение за въоръжаването на ромските лидери. Отразени са и конкретни агресивни действия на роми след слухове за погроми. Например инцидент в старозагорската махала, предизвикан от циганска група за самоотбрана: „В понеделник около полунощ такава група спря и помля без видима причина случайно преминаваща през циганския квартал кола“ („Дума“, 4 май). Несъмнено натрупването на подобни зловещи очаквания и агресивни действия би могло да отприщи чудовището на етническата ненавист, задействано от механизма на „самоизпълняващото се пророчество“.

9. От петте възможни подхода към циганите, които споменахме в началото (изтребление, изселване, изолация, асими-

лация и толерантност), наблюдаваните издания нямат избран вариант, който да лансират в публикациите си. Подобна неориентираност се забелязва и на ниво държавно управление, и сред общественото мнение. На практика все пак текстовете наклонят към решение в полза на изолацията под формата на гетизация — циганите да бъдат отделени от макротоноса и контактите да се възприемат като нежелани.

10. Употребата от автора на този текст на думи като толерантност, търпимост, диалогичност спрямо циганите и т.н. да не се възприема като „абстрактен хуманизъм“, в каквото — основателно или не, — обвиняват някои правозащитни организации (каквато е и поръчалата това изследване). Безкритичното възприемане на циганите е толкова погрешно, колкото и преубеденото.

1 Елена Марушиакова. Отношения между циганските групи в България. В: Етническата картина в България. Изд. Клуб'90, С., 1993.

2 Robert Merton. Social Theory and Social Structure: The Free Press, New York, 1968, p. 477.

Ст.н.с. Весела Табакова

ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИТЕ МЕДИИ И „ДАНИРЕЙЦИТЕ“ ОТ ИЗТОЧНА ЕВРОПА

В разсъжденията ни за отношението към „другостта“ в медиите би могъл да бъде експониран и един друг проблем. Не може ли да се зададе въпросът дали източноевропейските старни не се оказаха в ролята на „непознатия“, „другия“, различния, когото медиите в западноевропейските страни не желаят да опознаят? Дали метафората за новите номади, която се появява в някои западни средства за масова информация, не само утвърждава стари предразсъдъци, но и внушава нови страхове?

Въпреки основателния критицизъм, с който могат да бъдат анализирани и оценявани средствата за масова информация у нас днес от гледна точка на толерантността, във от всякакво съмнение е тяхната значима роля за утвърждаване на демокра-

тичните ценности. Не може например да не се отбележи, че в новия печат се появи и осъществи опозиционността като принцип на демокрацията. Не може също така да не се отбележи и значимата роля на новите медии за приобщаване на обществеността у нас към европейската идея, към идеята за европейската идентичност, основана на общи исторически и културни традиции. (Разбира се, тук няма да коментираме скудоумните интервюта от първите посттоталитарни години на тема „Европейци ли сме“ или „В Европа ли сме“)

Не може също да се отрече голямата роля на западноевропейските медии за демократичните промени в бившите „социалистически страни“, тяхната последователна подкрепа на антиоталитарните движения и революции, съпричастността им към разрушаването на „желязната завеса“. Днес обаче, повече от пет години след началото на промените, може да се разсъждава доколко медиите в Западна Европа допринасят за „отварянето“ на западноевропейците към развитието и проблемите на страните, които до неотдавна се възприемаха като враг и като източник на заплахата.

Известният социолог и политолог сър Ралф Дарендорф, който характеризира себе си като „германец по произход, англичанин по гражданство и европеец по призвание“, заяви в едно интервю пред италианския в. „Република“, че Западна Европа е изоставила бившите комунистически страни сами да извървят пътя през „долината на сълзите“. За тази „долина“ от проблеми, трудности и препятствия той предупреждаваше още в своите „Размисли върху революцията в Европа“, книга, написана през 1990 г.

Събитията в Централна и Източна Европа бяха най-главна тема на западните средства за масова информация през 1989 г. Тези събития бяха достатъчно „медийни“, те бяха фотогенични и „телегенични“ и заемаха и първите страници във вестниците, и първите новини в телевизията. В тях можеше да се намери и сензационност, и драматизъм. Теренът, обитаван от мрачните и страшни комунисти, се откриваше за медиите. Нещата обаче се промениха, когато сензационното лице на неочаквано светкавичния крах на тоталитарните режими отстъпи място на сложния и противоречив път през „долината на сълзите“. В западните медии той се появяваше и се появява преди всичко чрез конфликтни ситуации, особено етнически, чрез проучвания за престъпления, част от които извършени в запад-

ни страни от „чужденци“, чрез мафиотски сюжети или лица на несигурност, внушаващи отново заплахата. Печален курioз е България да присъства в телевизионни репортажи на запад чрез цигани мечкари (какъв ужас наистина за защитниците на животните, които защо да не си помислят, че в България това е обичайното занимание на хората!), чрез просяци (дали пък всички не правят това!) или чрез кукерски маски и танци (сатаната ли гонят перманентно тези българи!). И тук не става дума за преувеличение, а за реални медийни образи със свои послания. Какво да кажем пък за прословутата „странна българска студена супа“ или за това, че българите се движат с ножове? Ами заглавията от типа „Българин извърши убийство“?

Разбира се, тук веднага на помощ може да бъде призван известният професионален аргумент, че лошите новини са добри новини. Или че императивите на медийния пазар изграждат стратегии, които „заобикалят“ развитието, в което „не се случва „нищо особено“, няма кръвопролитни катаклизми, трусове и масови трагедии. При такъв аргумент как да не се сети човек за митичния закон на Мъкларг, според който британските журналисти с присъщото си чувство за хумор определят как се съобщава за катастрофа или бедствие в зависимост от представите за отделната нация. Според този „закон“ един британец се равнява например на хиляда пакистанци и петдесет италианци. Успокоителното за нас в чернохумористичния закон е, че той има вариант и с обобщителна категория „един европеец“, макар че засега западните медии не са показали особена склонност да включат източноевропейците в тази категория.

Значимият проблем е, че дори и в т.н. качествен печат отсъства вглеждане в процесите, трудностите и противоречията в развитието на демокрацията и пазарната икономика при изключително сложния исторически преход в посттоталитарните общества. Почти отсъства аналитичното журналистическо усилие за опознаване на „другостта“, която отново се представя чрез съществуващи стереотипи и предубеждения или чрез заместването им с нови. Дори драматичните процеси на национална еманципация и етнически напрежения се разполагат в черно-бялата тоналност. (Тук не става дума за теоретичния дискурс.) Разглеждани през призмата на тенденциите към интеграция и наднационално обединение, процесите на национална еманципация и създаване на национални държави в края на 20 век изглеждат единствено като анахронично движение към ми-

налия век. А и без съмнение идеята за хомогенна национална държава днес е анахронизъм и абсурд. Също така анахронични изглеждат и появяващите се напрежения в различни бивши социалистически страни около етническо-малцинствената проблематика. Убеждението и внушението за застрашителен анахронизъм се засилва обаче още повече, когато се забравя, че става дума за държави, които не са били суверенни по времето, когато в Западна Европа е завършвал процесът на формиране на национални държави. Или пък когато се забравя, че създаването на националните държави в западната част на континента се извършва и чрез етническа регулация и комасация, обстоятелство, което и днес напомня за себе си чрез напрежения и конфликти в някои западноевропейски страни. Така че „парадоксът на неедновременността“ периодически се проявява в отношението на западноевропейските медии към новите демокрации чрез прилагането на еталони, често пъти нерелевантни спрямо страни, които са имали друго историческо развитие. Съществуват и „парадокси на едновременността“, които могат да бъдат открити в сложната за някои западни страни дилема мултикултурално общество или асимилация на имигрантските етнически групи. Може да си спомним колко време френският печат се занимаваше с конфликта около фереджетата на три ислямски ученици или пък около проекта за джамия в Лион...

Пазарните императиви лесно могат да обяснят беглото присъствие на България в западноевропейските медии, и то чрез мечкари, просяци или споменаване на „хора с ножове“. Проблемът е, че този образ никак не може да се впише в толерантната журналистика, нито в толерантното отношение към другия. От гледна точка на перспективните процеси на европейското общуване и обединение подобен подход е неадекватен — най-малкото защото той не съдейства за преодоляване на предразсъдъците спрямо другия, живеещ в бившите социалистически страни на Източна Европа.

От изследвания е известно, че непознатостта на дадена страна обикновено води до отрицателно отношение към нея в масовото съзнание. В известния експеримент на Хартли голяма група американци е била помолена да характеризира различни народи. В списъка имало и три имена на измислени народи, но се оказало, че и за тях участващите в експеримента имали мнение. За отбелязване е, че и в трите случая това мнение би-

ло отрицателно. Така например данирейците били мързеливи, лекомислени, невежи и поради това бедни. Американският изследовател на международното общуване чрез медиите Джордж Гербнър с основание отбелязваше, че „средствата за масово осведомяване не само сближават народите, но и ги разделят със завесата на осведомеността“. Както изглежда завесата на осведомеността или по-точно на неосведомеността засага държи Източна Европа, и в частност България, в положението на данирейците, за които всичко е ясно, защото са непознати.

А е известно, че същността на европейския дух е в уменията да разбереш другия.

Доц. Лилия Райчева

БОСНА И ЧУЖДЕСТРАННИТЕ МЕДИИ

Четири години вече конфликтът в бивша Югославия е една от основните теми в средствата за масова информация по цял свят. Бих искала да споделя своите впечатления от отразяването на драматичните събития в Босна от информационните емисии на централните телевизионни станции в Съединените американски щати, където бях в продължение на една година по изследователската програма „Фулбрайт“. Разбира се тук е необходима уговорката, че тези мои наблюдения едва ли отразяват в необходимата пълнота медийната действителност там. Но впечатлението ми е, че войната в бивша Югославия се представя на широката публика в САЩ по типично холивудската щампа на уестърна — добрите срещу лошите. Лошите са сърбите, а добрите — мюсюлманите в Босна. По време на едногодишния си престой аз всъщност не успях да видя нито веднъж изказване, интервю или коментар на представител на сръбската страна — нито от бивша или настояща Югославия, нито пък на някого от босненските сърби. Но затова пък представителят на Босна към ООН, който беше мюсюлманин по произход, почти всеки ден беше на екрана, представяйки конфликта само от едната му страна, така както и всекидневните репортажи от Босна разискваха събитията там емблематично: мюсюлманите бяха страдалци, а сърбите — злодеи.

За да не излезе, че съм предубедена, искам да цитирам извадки от един материал на Питър Брок — редактор в „El Paso Herald-Post“. От 1976-та година насам той твърде устърдно се е занимавал с проблемите в Югославия, Източна Европа и Русия. Публикацията му „Dateline Yugoslavia: the Partisan Press“ е отпечатана в списанието „Foreign Policy“ (бр. 93, 1993), препечатана е от „Welt Woche“ — Цюрих, а също и от нашето списание „Balkan Media“ (бр. 1, 1994). Бих искала да се спра тук на няколко факта, цитирани от Питър Брок:

1. На 17 август 1992 годинан „Newsweek“, а по-късно и други списания, включително и „Time“, публикуваха фотография на един твърде изнемощял човек зад телена мрежа. Тази фотография е взета от един британски телевизионен репортаж и под нея има следния надпис: „Мюсюлмански затворници в сръбски концентрационен лагер“. По-късно се оказва, че този човек е сърбин. Неговото име е Слободан Коневич и той, заедно със своя брат, е бил арестуван за мародерство. Коневич е бил твърде благоприятен обект от пропаганда гледна точка, защото е изнемощял. Неговата слабост, обаче, е следствие от повече от десетгодишното му боледуване от туберкулоза. Дватамата братя от фотографията са били идентифицирани от своята сестра, която понастоящем живее във Виена.

2. През 1992 година Би Би Си пуска един свой репортаж за ранен възрастен босненски мюсюлмански пленник в сръбски концентрационен лагер. По-късно, обаче, роднините на този човек го идентифицират като офицера от запаса на югославската армия Бранко Велич — босненски сърбин, задържан в мюсюлмански концентрационен лагер.

3. В броя си от 4 януари 1993 година „Newsweek“ публикува фотография на няколко тела с придружаващ материал под заглавието „Има ли някакъв начин да се спрат сръбските жестокости в Босна?“ Всъщност фотографията представлява сръбски мъртвци, сръбски жертви край Вуковоар. Сред тях е и един човек, обличен в червено сако, който е бил припознат от свои роднини.

4. През март и май 1993 година Си Ен Ен показва репортажи от убийството на 14 мюсюлмани и още на 10 други мюсюлмани, които вероятно били убити от сърбите. По-късно се разбира, че всичките жертви са сърби, но никаква корекция или извинения не последват.

5. В началото на август 1993 г. „New York Times“ обяснява

как една хърватска майка оплаква своя син, убит неотдавна в сръбско нападение. Оказва се, че синът на тази жена е загинал, заедно с още 33 босненски хървати в кървавата схватка между мюсюлмани и хървати.

Според изследванията на Питър Брок, голяма част от западните кореспонденти, които отразяват събитията в съседна Югославия, просто не владеят сръбско-хърватски език. Обикновено те се ползват от услугите на местните преводачи, които е съвсем естествено да имат своите „за“ и „против“ като мнения. През 1992 и 1993 г. центърът на тези кореспонденти бил разположен в Загреб. По това време тогавашното правителство възстановява един закон, съществувал в управлението на страната в т. н. комунистическа епоха, според който закон журналистите се заплашват от пет години затвор в случай, че критикуват правителството.

В този ред на мисли искам да споделя и един срих от моя престой в щата Оклахома. Там бе изпратено на лечение едно момиченце, което беше хърватче. То било ранено в една престрелка, вследствие на което му бяха ампутирани краката. По местните телевизионни канали вървяха непрекъснато репортажи за здравословното състояние на това момиченце, като непрекъснато се внушаваше, че то е пострадало в резултат на сръбски нападения. А истината всъщност е, че то е пострадало вследствие на мюсюлмански нападения в Босна.

Още един пример от пребиваването ми в Оклахома. В Университета в Норман организираха тридневен семинар за българското кино. Един от филмите, който бе показан там, бе „Време разделно“ на режисьора Людмил Стайков. Да припомним началото на филма — в първите кадри излиза надпис, който съобщава, че зрителите ще видят една история за това какво се е случило в балканските земи преди четири-пет века, и как в България, Босна, Сърбия и Югославия се появява проблемът за еничарите. Самият факт на споменаването на Босна, повдигна след филма невероятна дискусия. Голяма част от присъстващите журналисти обявиха филма на Людмил Стайков за пропагандно произведение. Демонстрирано бе удивително непознаване на европейската и в частност — на балканската история. Никой не знаеше нищо за национално-освободителните борби на Балканите през миналия век, за намесата на така наречените Велики сили на Европа в тези конфликти и за резултатите от тази намеса, които се проявяват днес.

Конфликтът в Босна е многостраниен и сложен. Той в никакъв случай не е базиран само на етническа основа. Коректността на неговото отразяване в медиите е съществен за темата на настоящия семинар. Струва ми се също, че той е изключително важен и за евентуалното отношение на чуждестранните медии към нашата страна, в която според мен, има предпоставки за развитие на подобен конфликт.

Доц. Снежана Попова

МЕДИИ И РЕЛИГИОЗНИ МАЛЦИНСТВА

Ще подиря една възможна конкретизация на темата „журналистика и малцинства“ чрез практическите действия на българските медии в интерпретацията на религиозната тема. Всъщност медиите са по природата си обременени със склонността да обслужват с предимство мнозинствата, да умножават доминиращи позиции. Едва ли обаче има област, в която техните нетолерантни прояви се посрещат с колкова много търпимост, колкото в темата за „другите религии“.

Този факт има свои обяснения и тъй като те ми изглеждат твърде важни, ще започна именно от тях. Всеизвестен е фактът, че допреди пет години религиозната тема бе една от темите табу в българската журналистическа практика. Разрушаването на забраната се успори с първите стъпки на демокрацията на българското публично пространство. Средствата за масова информация, които все едно отнякъде трябваше да почнат, се разтвориха най-напред за публикации и предавания, обвързани с традиционното за мнозинството вероизповедание — християнството от източноправославен обред. Появиха се образователни акценти, започнаха трансляции на значими религиозни ритуали, намеси се църковният календар. Доколкото първите стъпки в темата бяха и първите опити за публично артикулиране на правото на вероизповедание изобщо, те закономерно бяха обвързани главно с религиозните убеждения на мнозинството. Второто по значимост вероизповедание — мюсюлманското — също намери постепенно свой обществен израз и съответна публичност.

Църковните спорове от 1992 г., предизвикали своеобразен разкол и в източноправославното, и в мюсюлманското вероизповедание, се оказваха стресови за медите, които още търсеха почерк в религиозната тематика. Объркването се подсили от появата на нови, „нетрадиционни“ религии. Политическите конфронтации, пренесени в Синод и Мюфтийство, помогнаха бившата тема табу лесно да се прехвърли в „рефрена“ на медиите, т. е. да се обвърже с острата политическа борба. Фактически още невъзродена и нестабилизирана, религиозната тема загуби собствения си облик и особености, включително езиковите. По този начин тя загуби и своята автономност, макар да запази привлекателността, подхранвана от забраната. Собствено религиозната тема всъщност бе „заместена“ и това между другото частично обяснява яростната ѝ защита, проявила се и в т. нар. кампании срещу сектите.

„Кампанията срещу сектите“ може да бъде описана чрез черти в подхода най-вече на печата (и преди всичко на отделни високотиражирани вестници) към нетрадиционните вероизповедания. Типологични примери от последните месеци ми позволяват да предложа и определени илюстрации.

Първата особеност в писането за „другата религия“ е именуването на нетрадиционните вероизповедания с общото наименование „секти“. Като цяло негативно натоварвано, това наименование много бързо излича идеите за различия.

Втората особеност бе въвеждането на униформеното наименование в заглавия, внушаващи опасност. Характерен принцип на този тип озаглавяване в същото време бе нарушената (а понякога просто отсъстваща) връзка между посланието на заглавието и същинското съдържание на текста. В този смисъл сектите отдавна са традиционно свързани с инциденти, смъртни случаи, изчезване на деца и младежи. Един пример: „Сектата на Свидетелите на Йехова“ — заподозряна в укриването на търсен от полицията студент“ („Труд“, 7.1.1995 г.). В следващия по-долу текст не се изтъква практически никакъв аргумент в полза на заглавието. Констатира се само, че преди да изчезне, младежът бил „странно вгълбен в себе си и силно раздразнителен“, че по принцип бил „самотник и особняк“, силно милостърден. Това става повод да се лансира вече огласеното (от заглавието) като факт подозрение, че „активисти на секти, проповядващи милосърдие и саможертва до смърт в името на болните, държат младия човек под ключ“: следата към „Свидетели-

те на Йехова“ се оказва предположение на един „познат“.

По подобен начин звучи и текстът под заглавие „Жена гладува сто дни, подучена от секта“ („24 часа“, 11.1.1995 г.): името на жената присъства, но не и името на сектата. А на финала става ясно, че преди диетата жената, тласната към отричане на всичко земно, е тежала 120 кг. Между другото може би не е излишно да отбележа, че в доклад на неправителствената правозащитна организация Български хелзински комитет пред международен форум (януари 1995 г.) се оповестява резултат от проверка, която е показала, че досега няма нито едно установено по съдебен ред подбуждане към самоубийство от страна на „секта“.

Третата особеност на подхода при представяне на нетрадиционните вероизповедания е описването им като агресивни към утвърдените религии. Под заглавие „Сатанински писания оскверняват шумевски храм“ („Труд“, 14.XII.1994 г.) четем, че сатанинските писания били дело на сектанти, по мнението на отец..., асистент по източноправославно богословие. Под заглавието „Мормоните отново настъпват срещу православната ни църква“ на същата страница на споменатия вестник става дума за предстоящото обучение на мисионери. По подобен начин стои въпросът с нетрадиционните мюсюлмански вероизповедания — „Забранени ислямски секти строят джамии в Лудогорието“ („Дума“, 16.XII.1994 г.).

Четвъртата традиционна особеност в подхода към малцинствените вероизповедания е непрестанното им обвързване не само с чужда намеса и чужди мисионери, но и с чужди и задължително застрашаващи интереси. Вграждането на всяко нетрадиционно вероизповедание в един или повече от един от споменатите по-горе контекстове максимално стеснява рефлексите и представя явлениято в брoни ракурси.

Наред с най-грубо скицирания масив от послания по религиозни теми, медиите естествено съобщават за реални и наистина съществуващи в България социални настроения срещу определени нетрадиционни вероизповедания. Това прибавя по страниците им още множество текстове със заглавия от типа „Родители се съюзяват срещу сектите“, „Гладен протест срещу Петдесятната евангелистка църква“ и т. н. Този поток от текстове всъщност е „допълващ“, първият поток вече е отстранил „но“ и „ако“.

Разбира се, в никакъв случай не бива да се пренебрегва

фактът, че наред с обобщения по-горе подход религиозната тема се разработва и със средства, които осигуряват повече обективност и прецизност. Съществуват и журналистически опити да се въвеждат разграничения, да се уточняват названия. Описаната схема обеща във висока степен е „подстригала“ пъстро явление Друга религия. Религиозният Друг си остава фактически непознат.

Албена Шкодрова

АГРЕСИЯТА КАТО МОДА В БЪЛГАРСКИТЕ МЕДИИ

„Проблемът със злоупотребата със свободата на словото може да бъде решен напълно само при диктатура. Така че трябва да се задоволим с частични варианти за преодоляването му, за които повече от всичко се нуждаем от добра воля“. Това са думи на британския философ Карл Попър — идол на съвременните либерали.

В България след промените унизителната принудителна лоялност на журналистите бе заменена от яростна нетолерантност, точно както пълната обвързаност на медиите бе заменена с относителна свобода.

Две явления, представляващи негативната страна на тази промяна, са феноменът „пощенска кутия“ в българската преса и появата на национализма като мода в повечето периодични печатни издания.

Явлението със смешното име „Пощенска кутия“ възникна още с възникването на първите частни медии в България.

Как точно стана това?

След промените през 1989 г. много от хората, работещи в медиите години наред, напуснаха професията. За някои от тях се оказа, че никога не са имали нищо общо с журналистиката и че са попаднали съвършено случайно в безсмислено големи екипи на безсмислените по същество вестници.

Друга част от журналистите се оказаха съвършено неспособни да се приспособят към новите изисквания на професия-

та. Много малко бяха хората, които успяха да приложат натрупания опит в новите медии — част от тях в ръководството на новите вестници, а останалите — в медиите, които се промениха относително по-малко.

Така или иначе, преобладаващи се оказаха съвсем младите хора — често журналисти, които още не са завършили висшето си образование.

Всъщност в подобна ситуация се оказа цяла Източна Европа. В Полша например, около един от скандалите между президента Лех Валенса и премиера Валдемар Павлак, кореспондентът на „Файненшъл таймс“ отбеляза: „журналистите, отразяващи най-важните събития за страната, са съвършено млади. Те обсилват мястото на събитието, като обикновено надминават значително броя на участниците в него — дори когато става дума за парламента. В пресата обаче има силен недостиг на стойностни коментари“. Абсолютно същото регистрират у нас политическите наблюдатели и чуждестранните дипломати.

Разбира се, обновяването на хората, правещи вестници, беше от една страна повече от здравословно. От друга страна обаче то създаде ситуация, в която млади, неопитни, и най-важното политически незрели журналисти се изправиха пред опитни политици, у повечето от които политическата зрялост бе преминала в политически цинизъм.

Сред журналистите се оформи конкуренция, която дотогава беше непозната и следователно беше без правила. Тя караше репортерите да търсят всякаква информация на всякава цена. Те не бяха способни да предвидят последствията от публикациите си, а и не бяха склонни да мислят за това. Малко хора си задаваха въпроса защо им е подадена определена информация и каква работа ще свърши тя на източника.

Точно обратното беше при политиките. Те добре изчисляваха ходовете си — някои с много напред. Те знаеха стойността на подаваната информация.

В тази ситуация се породиха феноменът „пощенска кутия“. В желанието си да открият сензацията и да станат най-добрите в изкривената си и до голяма степен идеализирана представа за свободната конкуренция в западните медии, българските журналисти започнаха да публикуват подхвърлена им умишлено информация. С други думи — политици започнаха да изчисляват какво точно да пропуснат в медиите, за да предизвикат серия от последици, изгодни на самите тях.

Разбира се, имаше и журналисти, които разбираха за какво става дума. Също и такива, които смътно подозираха. Това обаче не им се струваше достатъчно основание, за да се откажат от публикуването на тази информация. Напротив — в част от случаите те дори смятаха, че вършат услуга на националните интереси, като се заблуждаваха, че са от малцината, които проникват в същността им.

Най-неприятната страна на явлението „Пощенска кутия“ беше, че то представляваше манипулация в най-чист вид, доколкото тя беше скрита под маската на плуралистичната преса.

Докато преди 1989 неистините бяха изплували съвсем на повърхността и малко хора си правеха труда да ги маскират като истини, две години по-късно не-истината беше скрита много, много по-дълбоко.

Сега, повече от 5 години по-късно, явлението е относително отшумяло. Едната от причините е, разбира се, натрупаният от по-младите журналисти опит — политически и професионален. Друга основна причина обаче бе тази, че постепенно медиите се разделиха на такива, които пропускат често специално „подадени“ информации, и такива, които съзнателно ги избягват. Вестниците в България бяха разпознати от читателите, и следователно манипулациите — до голяма степен идентифицирани — станаха по-безопасни.

Едва встъпващ в разцвета си е вторият феномен — национализмът. За съжаление през последните две години той е просто мода и злоупотребата с него напомня на детска игра с кукли: журналистите проверяват как могат да го използват така, че да се правят на порастнали и много сериозни.

При това национализмът се появява не само в коментарите, но и в информацията и анализите на медиите. С него журналистите като че се опитват да симулират разбиране „из основни“ на националните интереси, както и да демонстрират смелост и острота на формулировките, когато става дума за „сериозни неща“. Свързаните с националистичните идеи апели и квалификации, засягащи други държави, обаче демонстрират несериозното отношение на журналистите към тежестта на пресата.

Всеки от нас може да си представи какво ще се случи, ако в „Ди Велт“ напише, че президентът на Германия прилича на жаба, или че е агент на КГБ. Нищо обаче не се случва, когато източноевропейските медии пишат подобни неща за президен-

тите на своите страни.

И в България подобни „разкрития“ се публикуват безпрепятствено, а и безрезултатно на местно ниво. По-големият проблем обаче е, че този език и начин на мислене се пренасят и върху външната политика. Български журналисти си позволяват невъздържани квалификации по адрес на други държави и нации, без да си дават сметка, че в тези страни казаното от медиите означава многократно повече.

Актуален пример за това беше футболният мач между България и Германия, когато български вестници излязоха със заглавия от рода на „Бий германец!“, а известен и влиятелен журналист обясни, че в това няма нищо лошо.

Още по-неприятен пример е медийната война между България и Македония. Публикации в печата и телевизионни програми, които бяха препредавани и препечатвани в македонските медии, наистина караха македонците да се чувстват застрашени.

В един от случаите едночасово телевизионно предаване, участниците в което отричаха съществуването на македонска нация и дори поставиха под въпрос основанията на републиката да разполага със суверенитет, бе излъчено и от македонската телевизия. Македонското население, което като цяло вярва, че медиите му са финансирани и контролирани от правителството, е свикнало да идентифицира мненията на журналистите с политиката на правителството. Поради тази особеност голяма част от македонските зрители приеха въпросното дискусийно студио като сигнал, че българската държава има претенции към републиката им.

Наистина, в случая това е по-скоро проблем на журналистиката в Македония. Но е факт, че подобни публикации и предавания разграждат отношенията между двете държави не на правителствено, а на съвсем ниско ниво. На практика те вредят и на българските национални интереси, доколкото придават по-достоверен вид на спекулациите на македонското правителство относно българската държавна политика към Македония.

Опитът да се защитят националните интереси всъщност нарушава националните интереси, поради неадекватно избраните средства.

Следствие на национализма са и двойните стандарти при третирането на свързани по тематика проблеми, което също

значително руши авторитет на българските медии.

Примерите за прилагането на двойните стандарти сигурно са стотици, и са най-чести, когато става дума за националните малцинства.

Например докато българската преса посреща с раздражение обиколките из южните райони на чуждестранни дипломати, тя реагира с упрек на липсата на визити на български държавници в Западните покрайнини.

Тя нарича „Западни покрайнини“ най-източната част на Сърбия, докато се дразни от формулировката „Южна Сърбия“ за днешна Македония.

Българските медии, подобно на българските политици, с готовност изразяват загриженост за българската национална общност в Македония, докато се съпротивляват на член в Македонската конституция, обещаващ, че Скопие ще се грижи за „македонските малцинства в чужбина“.

Българската преса с готовност публикува интервюта на екстремисткото и нетипично явление Илия Илиевски и се опитва да го направи представително, докато се дразни от подобни опити, що се отнася до подобното по характер явление „ОМО-Илинден“.

Ако преди година и половина някой от българските журналисти беше започнал да разсъждава на глас за толерантността, или пък етиката в журналистиката, той щеше да бъде сметнат за луд, или в най-добрия случай, за съвършено неадекватен.

Ситуацията, в която вестник, правен по същество като таблоид, съществуваше като най-популярен, и следователно най-влиятелен български всекидневник, (никой вестник в западните демокрации не може да съчетава тези две неща), беше доста нездравословна.

Най-напред тя беше унищожителна за авторитета на журналистиката, която придоби имидж на долно и подло занимание. „Достатъчно е да напише една лоша дума за работата ми, и с кариерата ми е свършено завинаги“, каза наскоро една популярна американска телевизионна журналистка за коментатор от „Вашингтон пост“. Подобно изказване би било звучало повече от смехотворно за България, та дори и на локално ниво.

Освен самите журналисти, от тази нездрава ситуация обаче загуби и самото гражданско общество. То не можа да получи при оформянето си политическа култура от медиите, нещо

повече — то загуби и малкото, с която разполагаше. Празнотата и безсилието на медиите създаваше ситуация, в която управляващите не разполагаха с коректив. Или по-скоро се сдобиха с уродлив коректив.

За шест години обществото така и не се научи как да се информира. А новите теории, че най-голямата опасност за бъдещето на планетата е увеличаваща се пропаст между бедните и богатите на информация, не са празни брътвежи на болни умове.

III

Обществена ситуация и мисия на масмедияте

Гл. ас. Тотка Монова

ТОЛЕРАНТНОСТТА КАТО ПРОБЛЕМ НА ПОСТТОТАЛИТАРНАТА ЖУРНАЛИСТИКА

„Можем да избегнем насилието, само ако на практика сме толерантни и благоразумни... Всяко друго поведение може да породии насилие.“

Само ако отхвърлим авторитарния менталитет в областта на възгледите, само ако възприемем отношение на даване и вземане, на готовност да се учим от другите, може да се надяваме да поставим под контрол актовете на насилие, вдъхновени от благочестие и дълг.“

Карл Попър.

„Утопия и насилие“, 1947 г.

Да се посочат основните проблеми, пред които е изправена посттоталитарната журналистика — един от които е този за толерантността — е задача с повишена трудност. Първо, защото е сложно да се очертаят рамките на изследвания предмет, който предполага дефинирането на понятия като „посттоталитаризъм“, „посттоталитарна журналистика“, „толерантност“. Второ, не могат да бъдат игнорирани някои специфични особености в развитието на националната ни журналистика, както и някои особености на тоталитарния режим у нас, които в някаква степен са обусловени от исторически обективно формирали

се психологически черти и модели на поведение. В този текст поради ограничения му обем проблемите са по-скоро маркирани и най-общо очертани с цел да породят диалог между всички нас — участници в този семинар. Детайлното им причинно-следствено анализиране тепърва предстои, затова и изложението следва формата на тезиса.

I. Проблемът „толерантност“ вероятно е актуален и за другите източноевропейски страни, защото още през 1990 г. Адам Михник в есето си „Етика и политика“ задава въпроса: „Откъде тази склонност да удриш падналия, тази нарастваща нетолерантност, това желание хората от бившия режим да бъдат тикнати в затвора, този блян за отмъщение, този шовинизъм, тази ксенофобия. Тази егалитарна демагогия, присъща на популизма и прикриваща обикновеното човешко озлобление?... Откъде този взрив на ненавист към всички — циганите, болните от СПИН, към всички, които са по-различни от нас? С тревога се питаме какъв е механизъмът на пробуждането на омразата, насочена към политическите ни противници.“¹ Струва ми се, че отговор на тази агресивност и нетолерантност, наложени се като особен модел на поведение в посттоталитарното общество, инспирирани при това до голяма степен и от медиите, ни дава още през 1939 г. Карл Густав Юнг, който в едно интервю за американския вестник „Интернешънъл Космополитън“ казва следното: „Човек винаги придобива чертите на онова, с което се бори... Така ловецът на диви зверове може в края на краищата да придобие черти на хищник.“² Ако в периода на преход всички сме свидетели на доста „хищни“ прояви, то съвсем основателен е въпросът до каква степен медиите провокират подобни прояви и до каква степен биха могли да способстват за налагането на един по-толерантен модел на поведение и мислене.

II. Журналистиката винаги е била изправена пред необходимостта да отразява историята в момента на нейното ставане, тя фиксира реалността в текстове преди още процесите да са завършили. Тя може само да регистрира ставащото, но може и с различна степен на активност и ефективност да се намесва, да контролира, да забавя или да ускорява ставащото. Тя може да се намесва в обществените процеси фино, толерантно и да предразполага към диалог, но може да бъде и агресивна, тенденциозно апелативна и сугестивна и да провокира към наси-

лие. В каква степен обаче журналистиката е свободна сама да определя поведението си особено в такива драматични преходни периоди? И ако наистина, банално казано, журналистиката е огледало на обществения живот, не трябва ли да тръгнем първо от тук: да се опитаме да определим с какво най-вече се характеризира обществото, в което днес живеем и да потърсим поне приблизителен отговор на въпроса дали това общество като нагласа, мислене, поведение, стил на живот обективно предполага толерантност в общуването? Философи, социолози, психолози, психиатри поне засега не ни дават успокояващ отговор. Ето например как вижда времето, в което живеем, философът С. Герджиков: „Посткомунизмът е уникален. Няма досега в историята такъв феномен и няма теория за него. Никой не знае какъде води посткомунизмът, както никой не знае какви ще са последствията от серия трусове... Посткомунизмът е хаотичен. Това значи, че той е неконтролируемо движение. Положението е, общо взето, „вън от контрол“ (Бжежински) и непредвидимо... Светът на посткомунизма е един преподреждащ се граничен свят.“¹ Социологът Г. Фотев определя тоталитарно-комунистическото общество като „опаковано общество“: „Тоталитарното общество по своята същност е несъвместимо с естественото самоописане на обществения живот... Отсъствието на адекватно самоописане на обществото (няма свобода на словото, мисълта, печата и т.н.) и опаковането на обществото прехваща грамадни сфери на живота невидими и непознати.“² Погледнат от този ъгъл, въпросът за толерантността отново е второстепенен, защото преди да отговорим как се самоописваме, би трябвало да дадем оценка за това дали днес — за разлика от вчера — адекватно се самоописваме чрез медиите или отново строим „партийни църкви“ (А. Игнатов).

Още Хана Аренд преди няколко десетилетия писа, че „тоталитарните идеологии целят не преобразуване на външния свят, не и революционно пренаареждане на обществото, а промяна на самата човешка природа.“³ За степента на деформациите, настъпили в съзнанието и поведението на хората, красноречиво свидетелства Бюлетина на Българската психиатрична асоциация, изготвен под ръководството на д-р Тодор Толев и публикуван в края на 1994 година. Там може да се прочете следното: „Много черти на живота в България днес дават основана че се говори, че в българската общност е настъпила екзистенциална криза. Принадлежността към българската общност

излага на риск психично-здравното благополучие на индивидите (подч. от авторите). По-конкретно, БПА привлича общественото внимание към следните неблагоприятни тенденции:

1. Себеразрушителното поведение нараства и буди все по-малко спонтанна загриженост в общността.

2. Заучената безпомощност (т.е. изграденото в опита убеждение, че нямаш контрол над хода на житейската си ситуация) става най-често срещаната нагласа сред българите.

3. Насилието добива обичайността на узаконено взаимодействие с другия.

4. Човешките права не просто се нарушават или отхвърлят: те започват да се пренебрегват като измерение в отношенията между хората в България.

5. Притворството и овълчаването, които се пораждат от липсата на гаранции за оцеляване, се приемат за естествени.

6. Пристрастието и мистичността стават главни черти на социалното взаимодействие във всички сфери — лична, професионална политическа.“⁴

Ще цитираме още няколко фрагмента от Бюлетина на БПА, защото те доста добре очертават някои специфични характеристики на кризата, в която се намира нашето общество:

— „Патриархалният морал не тачи индивидуалността — в йерархията от ценности на българина семейството е над индивида.

— Себеразрушителното поведение е най-разпространено сред младите; България не дава гаранция за оцеляване на своите младежи.

— След внезапното отменяне на режима на външен контрол над личния живот от тоталитарните институции се оказва, че интериоризирани (вътрешни) инстанции за контрол много българи нямат. Тези българи се отдават на разрушително себегуждане.

— В България етиката на попечителското общество (робско, патриархално, тоталитарно или друго) е с вековни традиции и дълбоки корени. В тази култура демократичните ценности (а такива именно са толерантността и способността да общуваш чрез диалог — бел. моя Т.М.) трудно си пробиват път. Попечителската етика се усвоява чрез възпитанието. Носителите ѝ не съзнават, че я имат и че могат да я променят. Те гледат на своите попечителски нагласи и стил като на съдба и се държат безпомощно дори и когато страдат от тях.“⁵

Наблюденията и заключенията на психиатрите са едно косвено доказателство, че за нашите български условия петте години на преход вероятно са твърде кратък период и че разрушаването на стереотипите в мислене, съзнание, поведение, бит у нас вървят доста бавно, за което има достатъчно обективни исторически и социални причини. За съжаление журналистиката ни — особено в лицето на партийния печат, който все още е много популярен у нас и има голяма читателска аудитория — продължава да възпроизвежда етиката и модела на почителското общество, тя продължава да бъде все още по-скопо дидактична, отколкото диалогична.

III. Очевидно в този „неконтролируем хаос“ някой трябва да помогне в преподреждането на нещата. В посттоталитарното време журналистиката придобива една малко по-особена мисия и — иска или не — трябва да изпълни роля, каквато в развите държави, непознали тоталитаризма, тя никога не е имала. Защото нова система и нов начин на живот предполагат задължително и нов тип мислене и съзнание, което да препореди и новата ориентация и поведение на личността, без което тя не би могла успешно да се „вгради“ в новите обществени структури. Това е бавен и мъчителен процес и затова смятам, че днес **генералната функция** на журналистиката като цяло е да помогне на хората да разрушат старите идеологически постулати и канони. Дали това може да стане толерантно? Журналистиката ни ежедневно се сблъсква с едно деформирано и суперидеологизирано съзнание, което остро реагира на всяка чужда гледна точка. Можем ли реално да очакваме обаче, че след 45 години на подозрителност, мнителност, дебнене, доносничество, сервилност, след дългогодишно принудително унижение и духовна самоизолация хората изведнъж като че от само себе си ще придобият способността да общуват помежду си чрез толерантен диалог? Ситуацията се усложнява от обстоятелството, че съществуват политически сили — те естествено имат свои издания — които не са заинтересовани от бърза промяна и с цялата си публикационна политика съвсем съзнателно се стремят да запазят стария тип на мислене и поведение просто защото той все още много добре ни служи.

Именно защото е особен вид институция, способна чрез специфичните си средства да упражнява „масовопсихозно въздействие“ (Е. Арънсън), журналистиката може в много голяма степен да облекчи разбирането на процесите, ставащи някак си

извън нас. Съществува и противоположната възможност — журналистиката да „работи“ за още по-хаотичното развитие на нещата. Възможно ли е хаосът да бъде подреден и организиран толерантно, е обратната страна на проблема. И на чия страна трябва да застанат медиите, след като не е особено ясно кой поддържа хаоса или пък кой и в какъв точно ред иска да го подреди? Какви са измеренията на толерантността?

IV. Толерантност спрямо какво, спрямо кого и кога — това е първият въпрос, на който медиите чрез своята публикационна стратегия трябва да отговорят, защото перманентна толерантност не съществува, а Карл Поппър предупреждава, че има „граница на толерантността“ и че „не може безусловно да се възприеме принципът за толериране на всички, които са нетолерантни, защото в случай, че го сторите, ще унищожите не само себе си, но и манталитета на толерантността.“⁸

Тук е мястото да се опитаме да дефинираме понятието „толерантна журналистика“. Психолозите определят толерантността като „готовност и способност на човека да зачита и уважава противоположни на неговите мнения, възгледи, нагласи, начини на мислене и преценки, без да се идентифицира с тях... Толерантността има форма, степен и диапазон.“⁹ **Формата**, чрез която се проявява толерантността в журналистиката, е диалогът. Нашата журналистика и по-специално печатът не са диалогични, някои от тях все още са безязани с една затвореност в тематично-съдържателен план, а всичко това създава предпоставка за специфичен посттоталитарен информационен вакуум. Преминаването от „съзнанието на едната гледна точка“, от авторитарния модел, от дидактичната текстова реалност, изискваща безапелационно един единствен модел на поведение към плюрализъм, към свободно движение на идеи и ценности в обществото, става много бавно и медиите като цяло не спомагат особено за ускоряването на процеса. Ако преди имаше една Истина, една Идея, един Мит, то сега се тиражират с не по-малко хъс нови митове и идеологии, при това понякога доста агресивно — например в период на предизборна кампания. Удивително е как в една или друга степен медиите през тези години възпроизвеждаха почти всички характеристики на идеологическия дискурс, типичен например за вестник „Работническо дело“ още през 50-те години. Пет години след 10 ноември в периода само на последната предизборна кампания — изследвани

са 42 броя за седем седмици от 7.XI. до 17.XII.1994 г. — вестник „Демокрация“ включи в своите текстове целия диапазон от лексиката на комунистическия печат: „борба“, „враг“, „никакво отстъпление“, „борба до пълна победа“, „предатели на сияната идея“, „предатели на светлата кауза“, „да заклеим“, „никаква примиримост“, „никакво отстъпление“, „единствени носители на демокрацията и прогреса“, „нашата победа е неизбежна“, „вътрешни врагове“, „да прочистим редиците“, „да изправим палачите до стената“ и т.н. Неслучайно английският политолог Кенет Миног предупреждава, че „важна страна на политическата мъдрост е да се избегне капанът на подвеждащите думи.“¹⁰ Постоталитарната журналистика в лицето на партийния печат доказа, че границите на идеологическия дискурс могат да бъдат много еластични, че разстоянието между „от“ и „до“ може много да се свие (това направи „Демокрация“ в предизборната кампания) или неподозирано изведнъж да се разшири (както направи „Дума“). „Демокрация“ сви пространството си до лийтмотива „който не е с нас, е против нас“, „който не е с нас, не е демократ“ и заложил на формулата си от 1991 година „СДС или комунизъм/социализъм“, която не се оказала печеливша при коренно променената социална обстановка. Предизборните текстове във вестника са с открито призивен и борбен характер, те са ирационални като послания и основната им задача е не да тиражират ценности или да спомогнат за подреждането на хаоса, а да атакуват отвсякъде и с всякакви средства „врага“. Да се говори за толерантност между партийни издания според мен е обективно невъзможно, защото идеологическият дискурс а priori изключва всякакъв диалог.

V. Поведението на партийния печат винаги е в някаква степен агресивно и то не би могло да бъде друго. Големият въпрос е какво е участието на непартийния печат и на националните медии при решаването на проблеми от национална значимост. Точно по тези проблеми обаче през изминалите пет години те заемат учудващо дистанцирана позиция — не могат да бъдат упрекнати в явна нетолерантност, но и с нищо не провокират към диалог, към едно дискусийно вникване и анализиране на нещата. Много са показателни в това отношение **текстовите форми**, които се използват — всички разновидности на информационния текст (т.е. остава се при номинацията) и интервюто във всичките му разновидности — предоставя се думата на ек-

спертно лице да коментира факта, проблема, ситуацията и всичко се изчерпва до тук. Бих казала, че в непартийния печат съществува една своеобразна **имплицитна нетолерантност**, която се изразява в отказ от диалог, в рамките на който да се търси новия модел на рационално и прагматично поведение, без което подреждането на хаоса е невъзможно. Освен това тази имплицитна нетолерантност се изразява и в спазването на нови тематично-съдържателни табути, което е едно косвено доказателство, че непартийната преса в момента е почти толкова зависима, колкото и партийната — само че от крупни финансово-икономически групи.

Журналистиката ни като цяло се занимава прекалено много с институциите и с политиките и прекалено малко с проблемите на обикновения човек — с неговия бит, емоционален свят, психологически дискомфорт. Всичко се пречупва през призмата на нещо, на нечи интереси и според мен няма никакво значение дали този интерес е чисто партийен или финансово-икономически. Една от причините за тази ситуация е все още неосъзнаването на новата роля, която журналистите в едно коренно променящо се общество трябва да изпълняват — те като че ли не искат да бъдат хладни и обективни наблюдатели на властта и неин коректив. Те искат да участват във властта, искат чрез журналистиката да правят политиката, а това вече премества акцентите в съвсем друга плоскост и дава други характеристики както на информационната и публикационна стратегия и поведение на медиите като цяло, така и в отделни, конкретни текстове или микрокампании в частност. Разгледани от тази гледна точка, проблемите на толерантността в съвременната ни журналистика придобиват съвсем други измерения. Да правиш политика чрез журналистиката предполага съвсем друг вид диалог — диалог не между комуникатор и реципиент, диалог не между различни комуникатори, а диалог между комуникатор и управляваща институция. Така се стига до ситуация, при която дадена медия е перманентно толерантна към едни институции, организации и групировки и перманентно агресивна към други. Не съм сигурна къде точно минава границата тук между толерантност и сервилност плюс обвързване на отношения от друг характер. Сигурното обаче е, че обикновеният човек с малките си ежедневни драми и проблеми остава извън тези отношения или бива включван в тях само тогава, когато успешно би могъл да бъде използван, за да се атакува, сразява, ком-

прометира и пр. противната страна. Това също е проява на имплицитна нетолерантност, но за съжаление е тенденция в поведението на съвременната ни журналистика.

VI. Много от характеристиките на съвременната ни журналистика могат да бъдат обяснени с някои специфични особености в историческото ѝ развитие. Българският вестник се роди като политическа, а не като икономическа институция — както това става в Западна Европа — и това веднага слага своя отпечатък върху текстовете и върху начина, по който те се списват. На преден план е изведена апелативната функция, откритият призив за масово участие в национално-освободителната борба, а това предполага съвсем друга лексика и интонация. Призивът към национална революция за отхвърляне на едно петвековно робство обективно не може да бъде толерантен. Проблемът обаче е в това, че и десетилетия след Освобождението през 1878 година нашият печат не успява да формира пиеет към едно трезво, обективно, толерантно, аналитично и спокойно отношение към всекидневните факти и събития, изпълващи социалнополитическото, конкретно-историческото, икономическото, културното пространство. Специфичната особеност на печата ни и най-дребният на пръв поглед факт да се интерпретира задължително през призмата на нечия позиция или интерес е отбелязана от редица изследователи на печата ни. Една интересна оценка за съвременното състояние на печатните ни медии дава американският психоаналитик от български произход Джордж Кеймън: „Съвременната българска преса и политика не поднасят различни модели на търсене на истината, а разнообразни варианти на измислена реалност... Драматичните псевдофакти, силните думи и изрази, нецивилизованият речник в съвременната преса цели не размисъл и логично убеждаване на читателите в определена теза, а емоционално въздействие и ирационално убеждаване... Ако една личност в контекста на една партия е престъпник, а в контекста на друга е светец, за каква реалност става въпрос? Какви са ориентирите ни за света около нас? Как определям какво съм аз, какво са другите хора, кое какво е? Липсата на ориентири води до там, че липсва и език, с който да се обясни проблема. Тъй като логиката и реалността не съществуват, всеки опит за осмисляне на ситуацията се нарежда автоматично до митологии за нея.“¹¹

Дьорд Конрад писа, че „колкото по-свободни са хората, толкова по-толерантни са те“. Погледнато в такъв аспект, проблемът за толерантността в медиите струва ми се придобива друг характер и предполага отговор най-напред на въпроса — свободна ли е журналистиката в едно посттоталитарно общество, където проявите на агресивност (в това число и чисто езикова) са почти ежедневие, за да бъде толерантна? Според мен, все още не.

1. Микник, А. Коленичи се само пред Бога. Фонд, „13 века България“, С., 1993, стр. 200.
2. Юнг, К.Г. Диагноза на диктаторите. Хитлер, Мусолини, Сталин. Факел, 1991, кн.2, стр. 11-12.
3. Герджиков, С. Политическите нагласи в България през 1993 г. Социологически проблеми, 1994, кн. 2, стр. 24-25.
4. Фотев, Г. Тоталитарно комунистическото общество беше „опаковано общество“. Панорама, год.XV, 1995. Гражданско общество. Идеология. Интелектуалци..., стр. 87.
5. Аренд, Х. Тоталитаризмът., С., Панорама, 1993, стр. 183.
6. За свободата на здравето. Към реформа в българската психиатрия. Брошура на Българската психиатрична асоциация. Отг. ред. д-р Т. Томов, С., 1994, стр. 7-8.
7. Пак там, стр. 10-12.
8. Попър, К. Някои проблеми на новите демокрации. КАЛЪС и Унив. изд. „Св. Кл. Охридски“, С., 1993, стр. 32.
9. Речник по психология. С., 1989, стр. 615.
10. Миног, К. Опасността идва от амбицията да се използва силата на държавата, за да се създаде свършено общество. Панорама, год. XV, 1995, Гражданско общество. Идеология. Интелектуалци..., стр. 81.
11. Кеймън, Дж. Психоанализа на посттоталитарното общество. Изток-Изток, 1994, кн. 12, стр. 45.

Гл. ас. Димитър Найденов

Личната търпимост на журналиста и медийният пазар

Промяната в медийната ситуация пренареди стойностите в професионалната ценностна система на журналиста и изведе на преден план нови цели блокове в професионалната деонтология. Трайни процеси поставят агресивността по-напред от търпимостта. До голяма степен тези процеси са обективни и не са завършили. Проблемът, който ще разгледаме, е пряко свързан и с нравствената регулация на журналистическата дейност, и с обществената мисия на масмедияте, и със самите професионални предписания и принципи на журналистиката.

пролог. В момента у нас действа реален пазар на масмедияте, които се оформи през последните няколко години. Въпреки няколко изкривявания (все още съществуващи монополи — полиграфията, разпространението, снабдяването с хартия; намаляващият, но значителен дял на партийната преса; голямото място на националните електронни медии; елементи от националната традиция, държащи словото извън пазарната сфера), този пазар се налага като основен механизъм за регулиране на масмедияте, за което пък помагат няколко обстоятелства.

На медийния пазар се налага реална и практически неизбежна конкуренция. Ето някои шрихи в ситуацията на масмедияте. Общият еднократен тираж на основните всекидневници през последната година се сви с 20 %. Редовните читатели на всички основни вестници също намаляват. На „24 часа“ — от 33 на 28 процента; на „Дума“ — от 12 на 8,5; на „Демокрация“ — от 9 на 6,5; на „Стандарт“ — от 8 на 5 процента, и т. н. Тази тенденция е устойчива. Тя е свързана с преразпределението на самия пазар, което изглежда логично. Процесът, който не е завършен, стои така: аудиторията избира вестник. Очевидно, поради неизброими разнообразни причини, читателят престава да купува комплекти вестници. Създават се твърди аудитории с незначителни проценти „преходност“, а припокриващите се аудитории намаляват и сигурно накрая ще се ограничат в профе-

сионалните читатели на пресата.

Твърде особена ми изглежда ситуация в телевизията. Все още процентът на кабелизация и сателитизация е незначителен (нищо, че расте). Малки са и дяловете на аудиторията на стартиралите частни телевизии (които също растат бавно). Иначе казано, публичната телевизия има нещо като монопол със своите два канала. Но: значителен дял от аудиторията, поставена пред избора между тези два канала, заявява, че няма предпочитания (една трета през октомври 1994 г.). 3-4 процента хващат сателитни станции. Но: 4 процента заявяват намерение през следващите 12 месеца да закупят сателитна чиния. Категорично предпочитаните програми са новините (43 процента от първите посочвания на предпочитаните) и филмите (23 процента). Една много сериозна публика. Състезания (2 %), сапунени опери (5 %), музика (7 %) и дори спорт (11 %) са далеч назад. Но: пълно удовлетворение от вътрешните новини заявяват 7 % — от външните — 8 процента. Позволявам си тази дълъга, чак до неудобство, редица цифри, за да илюстрирам тезата, че за националната телевизия съществувала латентна външна конкуренция, че има готовност на аудиторията да предпочете други станции. Затова съм принуден да продължа с редовите цифри. Има общ спад на гледането на телевизия през последната година — пиковите точки на Канал 1 са такива: през февруари 93 г. например 75 процента, през февруари 94 г. 53 процента; през август 93 г. — 60 %, през август 94 г. — 47. Намаляват и стойностите на времето, през което аудиторията гледа БНТ. Отделен е въпросът, че тези цифри, с извинение, са чудовищни и могат да говорят сами по себе си за обществото — твърде много внимание на телевизията.

И така, БНТ е един тъжен победител в състезанието сама със себе си или, ако предпочитате, губещ в това състезание. Трябва обаче да се подчертае, че по един особен начин БНТ има нещо като смесен статут. Тя е национална, публично-правна телевизия, но не се финансира основно от държавния бюджет. От исканите през миналата година от бюджета 1 милиард 261 милиона лева, БНТ получи 748 милиона лева, или 60 процента. Съотносено с темпа на инфлацията, бюджетното финансиране в действителност е още по-малко и от тези 60 процента. Най-общо казано, БНТ трябваше да спре излъчванията си през юли, ако разчиташе на бюджета, да не говорим за програмата и за технологично обновяване, каквото реално не е правено от

20-тина години, и сега се провежда с всички финансови трудности, произтичащи от това.

Иначе казано, отделните редакции пряко зависят от собственото си извънбюджетно финансиране, т. е. от притока на реклами в тях. Съгласно едно постановление на правителството, по специален ред предаванията получават процент от рекламните приходи и от спонсорствата. Доста от предаванията по БНТ представляват копродукции, т. е. телевизията предоставя части от програмното си време, също по специална схема, за уреждане на финансовите отношения. Затова БНТ като цяло, отделните предавания и всеки журналист са поданици на царя рейтинг.

В частния радиофир също се води остра конкуренция. В големите градове сега има по няколко станции, в София десетина, и на моменти половината от тях твърдят, че са на първо място по слушателския рейтинг. Разви се една особена примитивна демоскопия, като всяка станция се стреми — освен, разбира се, към реалното знание за нещата — да притежава данни, според които е по-напред в рейтинга. Могат да се приведат отговорни данни на различни агенции, според които 3 различни радиостанции оглавяват примерно списъка на предпочитаните от публиката „частници“ в София.

Кризата, в която живеем, се отразява на медийния пазар. Общият оборот на рекламата в масмедията за 1994 г. е около 35 милиона долара. От първите десет рекламодатели 7 са чужди производители или български дилъри на чужди производства. Българските производства присъстват на рекламния пазар в незначителни стойности и много разхвърляни обем. А няма да е никакво откритие, че без оживление на конюнктурата няма активен рекламен пазар; нито че основните приходоизточници на медиите са рекламите. Допълнителен фактор е неразвитостта и дори примитивността на самия пазар на рекламите, който не е достатъчно сегментиран. Няма рекламодатели, които ясно да търсят тесни и прецизно определени таргет-групи на посланията си. Прочее, това е обяснимо, след като няма реално раздвижване на конюнктурата.

Заради казаното дотук може да се твърди, че присъствието и налагането на пазара, изпреварването и победата в конкуренцията не е въпрос на собствено възприета професионална дефиниция, а проблем на оцеляване, в който правилата се задават от издателите и собствениците.

СЮЖЕТ ПЪРВИ. ... И ТОГАВА ТОЙ Й ТЕГЛИ НОЖА. В този сюжет става въпрос за търпимостта към личната неприкосновеност на „героите“ на журналистическото повествование, на гражданите, имали съдбата да попаднат във вестника. Крайната степен на тази търпимост е към въпросите на живота и смъртта. И така, съпругът хванал половинката си, че му туря рога, станал скандал, и накрая той й теглил ножа. Няма съмнение на чия страна са симпатиите на репортера. Той се придържа отчетливо към правото на всеки на живот и в никакъв случай не симпатизира на насилника. Пикантерията обаче надделява, и то не на стилно-езиково, а на същностно, съдържателно равнище, в крайна сметка на равнището на дискурса. Животът, както го описват медиите, е весел и чудесен, както в Дивия Запад. Днес си пиеш бирата, утре ти пръсват черепа, пак докато си пиеш бирата — както станало с един гангстер в Северна България. Твърде бързо и лесно героите на журналистическия текст се разделят със земните си дни — с лекотата, с която вие си пиете бирата. Това е големият източник на истерията. Като масив текстове описанията на престъпления не са преобладаващ дял в съдържанието на медиите. Въпросът е в дискурса (млатнал по главата, пръснал черепа, теглил ножа...). Когато текстът внушава, че животът и смъртта не са от нещата, заслужаващи уважение, читателят се усеща застрашен.

Има и един допълнителен детайл. В описанията на медиите нещата стоят тъй, че жертвата и престъпникът не са равнопоставени. Жертвата в много случаи си го търси, май. Иронията никак не е уместна, но в много ситуации тя разкроява журналистическата история.

Тази дълбоко лична по същината си търпимост не може да бъде декодирана само с един основен ключ. Разбираемо е търсенето на пикантното, на „интересното“, на динамиката. В състезанието си да бъдат интересни медиите, поради изначална от предишните десетилетия обремененост с описателство, търсят скандала на нивото на словото, когато не са доберат до скандала на равнището на информацията. И така състезанието се пренася до проблема кой по-пищно ще опише и преразкаже следствените протоколи.

И все пак тази интерпретация ми стои твърде опростена, макар и да е вярна.

Стана тъй, че ключовите ресори в медиите бяха поверени на новите млади в българската журналистика. Нашите мом-

чета и особено момичета връхлетяха на по 18-19-20 години в редакциите и станаха острieto в политиката им за печелене на публика. Дано правилно бѣда разбран. Тези наши колеги, „репортерките“, наистина направиха революцията в медиите, като пометоха всички представи за агресивно новинарство. Те олицетвориха промяната в медиите и едновременно се идентифицираха с нея до възможната крайност. Българската журналистика един ден ще трябва да им благодари, но първо трябва да усетим как те, дори без да го разберат, станаха и жертви, и мъченици на тази промяна. Друг едва ли може да я направи. Но от колегията като цяло сега, пет години след януари 1990 г., трябва да поискаме повече мъдрост и улегналост. Заразени с промяната, репортерките не щат да слязат от коня. 23-24-годишните са вече „стари кокали“, патили ветерани. Но момичетата и младежите скочиха във вира без социален, професионален и житейски опит. Предимството от липсата на професионален опит се плаща с отсъствието на житейска мъдрост. А търпимост няма без мъдрост, защото самата търпимост е мъдра.

Медиите бързо усетиха сладостта на словесния катарзис след десетилетията дървена скука: усетиха и хубостите на новинарството след десетилетията индоктриниране. Табугата, слава Богу, отидоха в небитието. Новините обаче — става дума все за същия сюжет — рядко идат от първа ръка. Обратно, редакциите преразказват бюлетини. Не може, щом сте съвестен читател, да не сте видели, че историите на репортери за тъжко станал случай, когато са на мястото му, звучат различно (виж „Десет малки негрчета“ или Ана Заркова в „Труд“). Търпимостта към името на бюлетина е една, друга е към човешката съдба, която сам знаеш и си видял. И така, ако трябва да се опрости до възможния предел тезата, тя е: нетърпимостта за тези проблеми е последица от нисък редакционен, редакторски и репортерски професионализъм в новинарската стратегия.

ВТОРИ СЮЖЕТ. ... ПОЛИЦИЯТА СПРЕТНА АКЦИЯ СРЕЩУ БАНДИТИЗМА. Въпреки че говорим за интернализирани предписания на личния журналистически кодекс, те не могат да бъдат разбрани, ако не ги сложим в по-широка рамка. Експониратата нетърпимост има своите обяснения и основания в процесите в разпадащото се общество. Институциите се разпадаха, тотемите изгоряха, пепелта им се раздуха по четирите края на све-

та. Няма смисъл да се говори специално колко идиотски беше механизъмът на регулиране на медиите допреди пет години. Но са важни последиците от две обстоятелства: първо, от него самия, от някогашното му тотално прилагане, и второ, от липсата на всякакъв обществен механизъм за контрол и въздействие. Това последното, разбира се, е логично в периода на преход. Разпадането на институциите и демонстрираното неуважение към тях е неизбежен етап. Проблемът е, че едновременно се конституират новите институции. Преплитането на двата процеса може да има като последица траен социален нихилизъм.

Ще се принудя да си послужа с пример, който е много експлоатиран. Някъде в началото на прехода медиите властно посегнаха към едно от светите тайнства на държавата — национална сигурност, и го поругаха. Няколко вестника напечатаха списъци на тайни агенти и разкриха механизмите, чрез които става вербуването им. Държавата пропища, поиска следствие и съд, но после и сама се уплаши. Медиите бяха усетили, че става въпрос за любима симулация на властите, а не за реална „държавна тайна“ и „национална сигурност“. Така очертанията на свободата на печата се разшириха. (Прочее, същите симулации държавата и властите отвреме-навреме пак разиграват, но без особено вдъхновение). Така се сключи един неписан договор между медиите и държавата, който изведе проблема в сферата на нравствената регулация. Отношението на журналистиката с институциите се уреждаше чрез статута на времента търпимост.

Няма обаче казус, който да постави границите на този статут. Медиите са склонни да скочат от единия край на линията до другия. Тук ще се върна към първото обстоятелство и последиците му. Журналистиката дълги десетилетия живя под ожесточен партийен контрол и новите медии няма как да не са генетично обременени от него. В едни ситуации те стават яростни охранители и пазители на сакрални ценности (съседите се въоръжават, ние изоставаме — от този тип); в други под ножа минава даже идеята за обществен ред.

Трябва да бъдем много точни. Институциите ще функционират в полза на обществото, ако бъдат под контрола на медиите. Тук търпимостта ще е вредна, тя може да мине в сервилност. Кучетата на обществото трябва да разкъсат охранителите депутати, плюскащи кофетата из резиденциите. Неприлич-



но е, когато вестникът папагалства подир властите. (В интерес на истината, даже партийните листове се въздържат от категоричност). Да. Но стандартът в информирането за институциите и държавността трябва да включва търпимостта към тяхната дейност. Формулата е пределно проста, но увлечени в състезанието медиите не желаят да я приложат, а сигурно се и боят, че с нея ще загубят — неутрална лексика, разделяне на оценката от фактите, особено на скритата, разтворена в описанието на фактите оценка.

Съществува детайл, който е основен в сюжета. Полицията спретна акция срещу бандитите и репортерът явно симпатизира не на гангстерите, дори малко по-сетне сигурно ще каже колко ефективна тази акция е била. Този тип лична търпимост на журналистите обаче е много свързан с понятието за любопитно, интересно, важно. Когато информират за дейността на институциите, репортерите се стремят да намерят любопитните шрихи, занимателното. Не става въпрос за бекграунд, а за чисти „изюминки“. Такава новинарска стратегия може да привлече публиката, но тя не е коректна към фактическата картина. Търсейки все по-любопитни „изюминки“, репортерите създават обща картина на нетърпимост към институциите, защото подмянат реалната им дейност с незначителни подробности.

Така се стига до втори детайл, който вече засяга самата обществена мисия на медиите, макар да е само част от въпроса за търпимостта. Като преследват занимателността, репортерите оформят образите на политици-любимци на общественото мнение (първо — на медиите). Това са цветистите, обаятелни, действени натури — играят тенис, флиртуват с пресата, пускат медиавицове. А това е механизъм за инфилтриране на властта в политиката. Волно или не, медиите се превръщат в лоби. Тук не става въпрос за това как пресата съзнателно и договорно се наема да лобира, защото той се отнася към съвсем друга опера. Към нашия сюжет се отнася само онова абсолютизирано до слугинство на политиката неуважение към институциите.

ТРЕТИ СЮЖЕТ. ... ЕХ, КОЛКО МЪКА ИМА ПО ТОЗИ СВЯТ. Журналистиката има своя корпоративна етика, естествено. Подобно на други професии и тя е склонна да я оформи в масонство и съзнание за превъзходство. Особеното е, че бидейки по същината си посредник, журналистът трябва задължително, по силата на професионалните си предписания, да бъде търпим към други-

те. Когато се отклони от толерантността, се отклонява от самата същност на професията си.

Истината е, че сега твърде малко медии си позволяват да бъдат трибуна на единствени гласове. Не мога да се съглася, че сама по себе си журналистиката днес е предимно монологична и затворена. Проблемът обаче е друг. В многообразието от източници има изразена, при това в много случаи формализирана, подредба. Иначе казано, източниците на информация и функциониращите в обществото гледни точки никога не са равнопоставени. Тази некоректност е много опасна за самия обмен на идеи, тъй като формално оставя впечатлението за плуралистичност, но всъщност насочва към манипулативност. Когато някого несправедливо оскърби, пресата най-често се реабилитира, като му дава възможност да отговори. Но добавя своя — окончателна — гледна точка. Този вид нетърпимост е по-неприятен дори от директно изказаното неуважение.

Особено отчетливо схващането за неравенство се проявява в отношението към маргинални прослойки. Като цяло или в отделни случаи медиите са склонни да репресират чрез неуважение, незачитане и нетърпимост: етническите малцинства за сметка на българите; жените за сметка на мъжете; чужденците (араби, китайци) за сметка на местните жители; хомосексуалните за сметка на хетеросексуалните; провинцията за сметка на столицата; селото за сметка на града; крайните квартали за сметка на центъра; инвалидите, просияните и т. н. Понеже проблемът сам по себе си ми се струва ясен, искам да обърне внимание на удивителен детайл. Тази репресия, освен директно, може да минава и през експлицираното, показно внимание. Забележете: БНТ има рубрика „С камера на село“; г-н Савов винаги се отнасял добре и човечно с турците и т. н.

ЧЕТВЪРТИ СЮЖЕТ. ...А КОМПЮТЪРЪТ ТИ ОЩЕ МИРИШЕ НА ЧЕСЪН. Пресата ни поначало, също генетично, приема полемиката за върховна ценност. Мисля, че това иде дори отпреди Ленин. Във всеки случай, медиите и сега трудно приемат, че нов въпрос може да се разработва другояче, освен в полемика. Историата на журналистиката ни се обогати от две чужовни полемики през последните пет години. Д срещу Д и „Часовете“ срещу останалите. Тези полемики са много изследвани. Но важното в тях е, че показаха невероятно ниска степен на чувателност — т. е. никой не се съобрази с аргументите на другия или не се засрами от упреците му. Ясно е, че в боя никой не може да бъде

пасторски благ. За публиката обаче твърде важно е в какъв стилистичен ключ се развиват „псувните“. Ако някаква търпи- мост може да се намери, тя е тук. Симпатите ми са на стра- ната на конювичарската изобретателност, защото в нея ми се струва да има повече ведрост (Енчо Му, Драги Ми Панчо, Иво Седесарчето...).

Полемичните успоредни монолози обаче малко обогатя- ват медиите. Звученето им, естествено, се затваря. Като че ли няколко големи редакции нарочно търсят сблъсъците, защото какво по-атрактивно за публиката от лехливанското преборване. Ето в тая борба средствата малко се подбират. Една ни- щожна, но важна част от сюжета талко и остана неразбрана от публиката. Дори наградите на „Златния пъпеш“ не одобриха вестник „168 часа“ и журналистката от „По света и у нас“ Ми- лена Милотинова... Публикуването на актова снимка на журна- листка от националната телевизия, без нейно знание и съгласие, е прецедент, който задълго ще бележи професионално-ко- легиалните отношения в журналистиката.

У нас няма законова рамка, която да позволи прозрачност за източниците на капитала в медиите, нито има антиitrustовско законодателство. Това обстоятелство създава особена касто- вост и, което е твърде важното, множественост в мотивацията на журналистите.

Серия прецеденти показват, че журналистът се асоциира повече с ролята си на служител в един или друг медиен кон- церн, отколкото като част от професионална колегия. (Както се разбира, този въпрос има пряко отношение и към свободата на словото, тъй като създава редакторско ембарго за публикува- не).

Отношенията, които журналистите налагат помежду си, са заразителни и лесно могат да се оформят в норма на нетър- пимост, възприемана с лекота от публиката.

ПЕТИ СЮЖЕТ. ...И НАЙ-ДОБРЕ ДА СЕ ЕВАКУИРАМЕ. Това е въпро- сът за толерантността към обществото и към общественото мнение. Медиите, разбира се, са източник и проводник на пси- хози; като описват обществото, те създават обществото, което описват. Студентската програма „Ку-ку“ с мистификацията на атомна катастрофа ясно показва силата на процесите. Търпи- мостта към самото общество в крайна сметка може да бъде на- речена и форма на търпимост на журналистиката към самата себе си. Ето, тази търпимост е твърде ниска. Малко са медиите,

които скриват, че не харесват кой знае колко обществото, в което функционират.

Проблемът е и проблем на модела и формулата, изповяд- вани от съответното издание. Катастрофичният модел, налаган от повечето медии, е в състояние при разни обстоятелства да деструктурира и обществото, и отделната личност.

Обратно на ред общоприемани страхове, в този случай ще си позволя да проявя дребен оптимизъм. Както практиката, така и проучванията от последните години показват, че българ- ската публика е склонна, в крайна сметка, да се доверява на из- дания и медии, които оформят оптимистичен модел за развити- ето на обществото ни. Това обаче не означава, че заплахата е отпаднала. Медиите се хранят от страховете; журналистите постоянно са склонни да пренасят и отделни провали, и отдел- ни сполуки като черти на цялостното развитие.

ОТВОРЕН ФИНАЛ. Опитих се да опиша тезата, че пазарната ситуация на масмедияте в периода на прехода ги прави агресивни, а не толерантни. Нормата на търпимост в най-голяма степен не е друго, освен въпрос на самопознание. Доколкото медиите днес са склонни да плащат евентуалния пазарен успех с цената на нетърпимост, самопознанието им трябва да ги во- ди към мисълта, че утрешната цена ще бъде нова норма. Аг- ресивността няма граница; единствената защита е търпимостта също да бъде без граница.

ВМЕСТО ПОСЛЕСЛОВ

В случаи като този се казва, че финалът е открит. По-точ- ното е, че той не може и да съществува. Още много и много пъти ще трябва да се оглеждаме и да си поставяме многоброй- ни въпроси за толерантността в журналистика. Сигурно е, че толкова повече ще си ги поставяме, колкото повече самата ни журналистика става толерантна...

ТОЛЕРАНТНОСТ В ЖУРНАЛИСТИКАТА

**Съставител и научен редактор
Весела Табакова**

**Българска
Първо издание
Художник Богдан Мавродинов
Технически редактор Пламен Колев
Компютърен дизайн Розалина Палазова
Коректор Елена Димитрова**

**Книгата е отпечатана в София през
месец септември на 1995 г.**