

**Образ ислама в общероссийской и татарстанской прессе**

**Юзекаева Алсу Мансуровна**

*Студент*

*КФУ, Факультет журналистики и социологии, Казань, Россия*

*E-mail: yuzekaeva-alsu@yandex.ru*

Российское общество – многоконфессиональное и многонациональное. По оценкам экспертов, в России проживает от 8 до 14 млн. мусульман, то есть ислам является второй по распространенности религиозной конфессией [4]. В составе Российской Федерации находятся субъекты, где ислам воспринимается как неофициальная «титовая» религия. Мусульманская культура является «визитной карточкой» многих государств, реальных и потенциальных партнеров России. Данные факты свидетельствуют о целесообразности знакомства представителей власти, бизнеса и населения в целом с отношением к исламу.

Опросы населения, проведенные центрами изучения общественного мнения, показали, что 22% россиян называют ислам чуждой религией (что превышает долю подобных высказываний в адрес конфуцианства и буддизма) и связывают его в первую очередь с войной и терроризмом. Приверженцы ислама представляются россиянам агрессивными, жесткими и фанатичными людьми [3].

Значительная роль в формировании общественного мнения, в том числе стереотипов, принадлежит средствам массовой информации. Проведенный казанскими социологами контент-анализ телевизионных передач выявил преобладание исламской тематики в сюжетах, касающихся военно-политических конфликтов [1]. Подобные смыслы, транслируемые федеральными телеканалами, конструируют негативные впечатления у жителей страны как об исламе в целом, так и его конкретных представителях в частности. Таким образом, можно выделить проблему – однобокое представление мусульманской культуры в российских СМИ.

В рамках данного исследования поставлена следующая цель: определить образ ислама, формируемый в общероссийской и татарстанской прессе.

Объектом анализа являются публикации СМИ федерального и республиканского назначения за 2010 год: двух газет федерального масштаба («Аргументы и факты», «Комсомольская правда») и трех – республиканского («Известия Татарстана», «Казанские ведомости», «Вечерняя Казань»). Кроме того, отобраны российские журналы, ориентированные на управленческую и бизнес-среду, - «Коммерсантъ Власть», «Русский Репортер».

В указанной прессе часто появляются статьи, касающиеся исламской тематики. Повестка дня многих СМИ формируется не только исходя из заинтересованности потребителя, но и из желания журналистов привлечь внимание к продукту. Эта задача достигается путем включения в сюжеты более подробной информации, сенсационных моментов, шокирующих фактов. Согласно проведенным исследованиям, первое место в повестке дня федеральных телеканалов занимает проблема терроризма [2].

В качестве основного метода исследования принят качественный контент-анализ. Единицами контент-анализа выступили статьи. Регистрация случаев производилась на

всем пространстве печатного продукта. В выборку вошли материалы, в которых затрагивается мусульманская тематика. После определения всех единиц анализа была произведена категоризация заложенных в них сообщений и дальнейшее распределение их в блоки в зависимости от контекстов употребления.

В результате проведенного контент-анализа было выявлено, что сюжеты, касающиеся мусульманской проблематики, чаще всего носят негативный характер. Важно подчеркнуть, что в федеральных СМИ в целом преобладает нейтральный контекст в освещении тем, касающихся военно-политических конфликтов. В большинстве статей делается разграничение между терроризмом и исламом. Тем не менее, во многих статьях используется специфическая терминология, ставшая стереотипной: «исламское террористическое подполье», «исламский экстремизм», «вахаббизм», «салафизм» и др. Подобные термины (в том числе и нейтральные понятия, как «суннизм», «шиизм», «шариат», «джихад»), не будучи объяснены в медийном пространстве, могут вызвать у потребителя чувство страха.

В статьях, претендующих на нейтральное освещение ислама (в особенности в деловых журналах), просматривается конструирование двух блоков: «мы»-группы и «они»-группы. Эти блоки, несмотря на поиск точек соприкосновения, на страницах прессы находятся в конфликтных взаимоотношениях («наше метро взорвано», «наша война», «неужели они не хотят просто жить» и т.д.).

Можно предположить, что подобное представление ислама на страницах федеральных СМИ в совокупности с отсутствием положительных оценок деятельности мусульман не способствует формированию толерантности и уважительного отношения к исламской культуре. Скорее ислам предстает если не как агрессивная, то как замкнутая, не способная идти на контакт религия.

СМИ Татарстана отличаются иными информационными поводами к освещению событий в мусульманском мире, поскольку их внимание в первую очередь обращено на события, происходящие в республике. Большинство статей имеет нейтральный характер и выполняет информационно-просветительскую функцию (сюжеты о реставрации архитектурных памятников, открытии выставок, введении специальных предметов в планы учебных заведений). Положительную оценку ислама носят статьи о проведении международного фестиваля мусульманского кино, конференций и семинаров в Исламском университете. При этом подчеркивается роль диалога культур для установления гармоничных взаимоотношений между различными конфессиями. В республиканской прессе присутствуют сюжеты, освещающие повседневную жизнь мусульман и религиозные праздники.

Представление ислама в негативном ключе на страницах татарстанских газет связано с ведущейся в республике борьбой с вахаббизмом. Как и в федеральных СМИ, в подобных статьях присутствует деление на «мы»-группу и «они»-группу, но оно осуществляется на другом основании (*наша* вера призывает к миру, вахаббизм – радикальное течение, вахаббиты – «люди крови»).

Результаты исследования позволяют сделать вывод об одностороннем освещении мусульманской культуры в печатных СМИ федерального назначения. В этом отношении пресса Татарстана более лояльна. Тем не менее, сообщения об исламе носят непоследовательный и нерегулярный характер. На наш взгляд, конструируемый в медийном пространстве образ ислама работает скорее на закрепление стереотипов, но не их устраи-

нение.

### **Литература**

1. Кузнецова-Моренко И.Б., Салахатдинова Л.Н. Ислам и мусульмане в общероссийских и татарстанских телевизионных программах // Социологические исследования. 2006. № 2. С. 120-127.
2. И.Г. Ясавеев. Конструирование повестки дня: социальные проблемы российского общества в новостях федеральных телеканалов // Управление общественными и экономическими системами. 2007. № 1. С. 1-7
3. Фонд общественного мнения: [www.fom.ru](http://www.fom.ru)
4. РИА Новости: [www.rian.ru/religion/20070409/63365296.html](http://www.rian.ru/religion/20070409/63365296.html)