

ұзақ уақыт бойы өз ықпалында ұстауды көздейтіні анық. Тек, бір ғана Парсы шығанағындағы мұнай қоры әлем елдерінің мұнайға сұранысының үштен екісін, ең аз дегенде 80 жылға дейін қамтамасыз ете алады. Әлемде сұйық отынды ең көп тұтынатын ел – АҚШ. Сондықтан, АҚШ-тың сыртқы саясаты мұнай факторымен байланысты екенін мамандар теріске шығармайды. Осындай жағдайда, араб елдеріндегі саяси жағдайды талдағанда мұнай факторына бейтарап қарауға, не оны елеусіз мәселе ретінде ығыстыруға болмайды.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Ахмедов В. Арабские революции и Россия. Интернет журнал «Новое Восточное Обозрение». 17.05.2011. <http://www.jornal-neo.com/ru>
2. Литвин В. Будет ли «арабская зима»? Интернет журнал «Новое Восточное Обозрение». 25.06.2011. <http://www.jornal-neo.com/ru>
3. Филатов С. Тунисский бунт. Бессмысленный и беспощадный. 21.01.2011. //Русский обозреватель – на <http://www.rus-obr.ru/idea/9335>; Попов В.В. Близкий Тунис. Очерки истории и современности. М., 2005, -С. 121.
4. Подцероб А. Восстания арабов в XXI веке: что дальше. Интернет журнал «Новое Восточное Обозрение». 14.03.2011. <http://www.jornal-neo.com/ru>
5. Юрьев В. Мубарак ушел, туристы поедут? // Аргументы и факты, 16-22.02.2011.
6. Пузакова Е.П. Мировая экономика и международные экономические отношения. Ростов н/Д.: «Феникс», 2002. -384 с.
7. Веселов Ю. Ближний Восток. События и ожидания. Интернет журнал «Новое Восточное Обозрение». 18.06.2011. <http://www.jornal-neo.com/ru>
8. Полосин В. Ротшильды против арабских правителей. Причины и механизм революций в арабских странах. Интернет журнал «Новое Восточное Обозрение». 15.04.2011. <http://www.jornal-neo.com/ru>
9. Ашвад Аббас. Ближний Восток в стратегии США. // Вестник Российского университета дружбы народов. –Серия: Политология. – 2008. -№1. -С.74-82.
10. Исаев В.А. Нефтяной комплекс арабских стран и России: сравнительный анализ. //Вестник МГИМО-Университета. -2010. №5 (14). 281-289 с.

Редакцияға 22.09.2011 қабылданды.

Р.А. НУРТАЗИНА

КОНФЛИКТНАЯ ЭТНИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ В СМИ

In the article «Conflict ethnical information in mass media» actual issues of ways and technologist of mass media informational materials within analyzing ethnical aspects of life are shown. Aspects of conflict ethnical information are discovered.

В условиях глобализации происходит трансформация политических и социально-экономических процессов, в борьбе за ресурсы влияния (власть, территории, сырьевые запасы) все большая роль отводится этнической составляющей государства. Конфликтологи во всем мире утверждают, что в основе противостояния различных групп в борьбе за ресурсы влияния лежат не этнические или религиозные различия, не этничность сама по себе, а именно социальные, политические, экономические интересы элит, которые прикрываются и маскируются для массового сознания этническими или религиозными признаками.

В современной науке известны разные формы межэтнического противостояния – этнотерриториальные конфликты, этнорасовые погромы и столкновения, акции насилия со стороны неонацистских и экстремистских организаций, случаи этнорасизма по отношению к этническим мигрантам и многие другие разновидности межэтнического несогласия. И в этом аспекте актуальной проблемой остается освещение межэтнических конфликтов в средствах массовой информации.

И сообщения СМИ, активно обсуждающих подобные события, невольно, а чаще всего сознательно делят общество на сторонников и противников социальных противоречий, связываемых коммуникаторами с этничностью. Таким образом, специфическое освещение этих процессов в прессе зачастую негативно влияет на массовое сознание, будоражит его, намеренно затрагивая этнические чувства и интересы населения.

С помощью СМИ искусственно возбуждается национальное самосознание больших масс людей, у них формируются не только позитивные представления в области межэтнического взаимодействия, но и негативные. Именно через СМИ распространяются массовые этнические и расовые предубеждения и установки. В результате в обществе усиливается ксенофобия и повышается межэтническая напряженность.

Опасность представляет и совершенствование манипуляционных технологий, используемых СМИ при освещении этнических аспектов жизни. Как известно, в политических играх или борьбе элит, приводящих к противостоянию больших групп людей, используется множество специальных информационных приемов.

Об этом свидетельствует масса публикаций на телевидении, в Интернет-сайтах и периодических изданиях, якобы объективно отражающих, а на самом деле особым образом освещающих и конструирующих этничность практически в каждом регионе СНГ.

Этническая мифология, история, духовная и материальная культура, другие этнические ценности специально текстуализируются, особым образом интерпретируются и, превращаемые в интересную и актуальную для обывателя информацию, внедряются в массовое сознание.

С помощью СМИ в обществе распространяются и сконструированные идеологами этнические образы, идеи, идеалы, мифы, ценности, имеющие нередко эмоционально-нормативную окраску, что особенно возбуждает у людей такие чувства, как этническое достоинство, гордость, обида, страхи. Современные СМИ являются не просто информатором, а очень значимым полем, где «сражаются» представители разных групп идеологов, политиков, бизнеса, культуры, привлекая на свою сторону аудиторию. В итоге с помощью СМИ в массовом сознании не только акцентируется внимание на вопросах, связанных с этничностью, но и формируются заданные идеологами представления в этой сфере.

История последних десятилетий показывает, что взаимосвязь этничности и СМИ может создавать острее проблемы в обществе, усиливая или смягчая социальную и национальную напряженность. СМИ не просто способствуют «этнизации» общественного пространства, но воистину могут сделать это пространство толерантным или конфликтным. И важно помнить, что понятия «свобода слова» и «свобода выражения своих мыслей» требуют от СМИ и определенной гражданской ответственности и профессионального самоконтроля и толерантности.

При освещении этничности немалую роль в наши дни играет и коммерческая составляющая, когда борьба за «своего» читателя, зрителя или слушателя связана с конкуренцией, с поиском новых форм разговора с массовой аудиторией, с поиском или созданием «горячих материалов», особенно интересующих заказчиков и спонсоров. Таким образом, и этничность наряду с криминалом, сексом и финансами превратилась в одну из значимых и горячих тем для СМИ.

• Несколько слов о толерантности

Говоря о конфликтах, деятельности СМИ и о конфликтной информации, связанной с межэтническими отношениями, нельзя забывать и об их противоположности – мирной и спокойной жизни в стабильном обществе, миролюбивой деятельности идеологов, политиков и СМИ, о толерантной информации, касающейся отношений между разными группами людей. Равноправие, миролюбие и толерантность – важные признаки нормального демократического общества.

Понятие **толерантность** активно используется в последние годы журналистами, политиками, учеными во всем мире. Оно предполагает признание людьми того факта, что наш мир многомерен и многообразен, что в нем, в разных странах живут представители разных рас, конфессий и национальностей (или этносов), с разными национальными или этническими культурами, нормами поведения, со своими ценностями и привычками. Человек, живущий по принципам толерантности, спокойно относится к многообразию культур, национальностей и рас, уважая права и свободу других людей. Это – нормальная модель взаимоотношений людей, народов и стран. Поскольку СМИ прямо влияют на формирование массовых представлений людей, в том числе и в области межэтнических отношений, от их гражданской позиции и ответственности в большой мере зависит, будет ли в стране и ее регионах межнациональный мир или будет поддерживаться межнациональная напряженность, разжигаться межнациональная рознь.

Этнически окрашенная информация, передаваемая в массовое сознание через современные российские СМИ, по воле идеологов и стоящих за ними политиков или других спонсоров может быть толерантной, а может быть и конфликтной. То есть может способствовать стабильности и спокойствию в обществе, интегрируя полиэтничное население, но может его и дезинтегрировать, разбивать на

противостоящие группы. Например, это наблюдается в СМИ многих регионов России. Опасность заключается в том, что СМИ и журналисты могут использовать простые этнографические факты и особенности жизни людей в политических целях. СМИ, как показывает практика, могут уводить массовое сознание от толерантных идей равенства всех этносов перед законом к идеям приоритетов и льгот, идеям шовинизма и расизма. И это может привести – и часто приводит – к межэтническим конфликтам.

Главными СМИ в условиях глобализации считаются информационные агентства, так как они первыми передают информацию во все структуры массовых информационных агентств. Информационно-содержательный характер СМИ в Казахстане стал разноплановым, благодаря использованию инновационных технологий и проводимой политике государства. Работающие в Казахстане информагентства традиционно собирают информацию на пресс-конференциях, брифингах, круглых столах, конференциях и других официальных мероприятиях, а затем передают по своим каналам – сообщения выходят на ленты информационных агентств и рассылаются по подписке. Между тем казахстанские агентства редко прибегают к традиционным для подобных международных структур формам написания сообщений. В то же время каждое казахстанское информационное агентство имеет свой отличительный стиль подачи информации. Так, «Казинформ» традиционен и официален в силу своего государственного статуса, «Интерфакс-Казахстан» и «KazakhstanToday» менее формальны, ищут более разнообразные формы подачи информации.

«Интерфакс-Казахстан», например, после значимого события в политической, экономической или общественной жизни, зачастую обращается за комментариями к экспертам в соответствующих областях, представляя читателям не только факты, но и взгляды и оценки.

Все информагентства в Казахстане в последние годы прибегали к практике подготовки «больших» интервью. Их тексты, как правило, доступны широкой аудитории на сайтах агентств, а выдержки из интервью используются при подготовке материалов. Корреспонденты «Казинформа» используют интервью и аналитические материалы. Другие агентства ограничиваются подготовкой новостей и деловых обзоров, оставляя аналитику для периодических изданий и интернет-изданий.

В конкуренция между информационными агентствами значительно усилилась. Это происходит из-за общего роста профессионализма сотрудников агентств, доступности и максимального использования технических коммуникационных средств, а также благодаря повышающемуся спросу на услуги информагентств со стороны государственных, бизнес-структур и редакций практически всех СМИ.

Потребителями новостей казахстанских информагентств являются СМИ, государственные органы, коммерческие и общественные организации, региональные этнокультурные центры, посольства, представительства зарубежных государств и организаций. Телеканалы, газеты и журналы используют сообщения информагентств при подготовке собственных материалов, нередко прибегая к прямому цитированию информации агентств. Большинство радиостанций свои выпуски новостей формируют исключительно на основе сообщений агентств.

Какую информацию подписчики хотят получать от информагентств? Прежде всего, информацию, представляющую общественное значение.

Политические организации, зарубежные посольства и международные организации следят за тем, что происходит в политической жизни страны. Для них важно знать, какие шаги предпринимают политические силы, каковы приоритеты в деятельности власти, каковы общественные настроения, есть ли конфликтная информация в межэтнических отношениях.

Для казахстанских информагентств традиционно распределение по следующим темам: политика, этнополитика, культура, образование, экономика, нефть и промышленность, силовые структуры и социальная сфера.

Сегодня информационные агентства в Казахстане, ищут новые формы развития. Агентство «Интерфакс-Казахстан» разбавляет свою новостную ленту комментариями, корреспонденты «Казинформа» пишут аналитику, «KazakhstanToday» открыл современную журналистскую площадку – собственный пресс-центр, где часто рассматриваются вопросы сферы культуры, образования, использования родного языка, сохранения этноса как такового, поддержания жизненного уклада, религиозной самобытности.

Поливариантность СМИ способствует эффективной реализации принципа единства в многообразии этнополитики нашей республики. Этот аспект в рассмотрении этнополитической стратификации можно отнести к так называемому объективному подходу освещения демократических процессов в обществе.

Параметры общенационального согласия в Казахстане имеют свои особенности, которые сводимы к следующим аспектам: межэтническим, духовным, социальному партнерству капитала, труда и правительства (практика заключения и выполнения трехсторонних ежегодных генеральных соглашений правительства, предпринимателей и профсоюзов), согласие политических партий и движений по основополагающим принципам функционирования политической системы государства.

Показательно в этой связи высказывание российского ученого М.Н.Губогло: “Итоги этносоциологических опросов в Казахстане превзошли все ожидания, Они поразительны в части выявленной ими взаимной межнациональной терпимости казахов и русских по отношению друг другу, несмотря на газетно-журнальные публикации, нередко разжигающие прямо противоположные чувства и настроения. Исследования подтверждают известное правило о том, что народ мудрее своих политиков, и дают основания надеяться, что этот укрепившийся межнациональный мир экстремистам не удастся разрушить” [1].

Актуальной проблемой сегодня является недостаток общей культуры огромной части “электоральной массы” в сфере общесоциальных знаний: политических, экономических, правовых, это дает простор для популистского манипуляторства, блокирующего возможность демократического мышления общества. Поэтому СМИ сегодня призваны стать диалоговой площадкой и ретрансляторами новых знаний, способны формировать общественное мнение, а также стать своеобразными учебниками для этнокультурного населения в вопросах политики, экономики, права и социальных преобразований. Это особенно актуально для сельского населения, до которого необходимо доводить все важнейшие изменения в законодательстве, политике, культуре. Казахская модель Ассамблеи народов, взаимодействия различных культур и народов является положительным примером для многих государств мира, подверженных сегодня опасности раскола. Именно такой межкультурный диалог государства отображается через призму СМИ.

Обратимся к таким фактам. В нашей республике издаются газеты и журналы, выходят в эфир передачи на 11 языках: узбекском, украинском, польском, английском, немецком, корейском, уйгурском, дунганском, турецком, татарском, фарси. Помимо этого, государством осуществляется финансирование посредством государственного заказа четырех национальных газет: на немецком языке – “Дойче Альгемайне Цайтунг”, на украинском – “Українські новини”, корейском – “Коре ильбо”, уйгурском – “Уйгур авазы” [2].

Первый национальный телеканал “Казахстан-1” транслирует программы на уйгурском языке – “Алитах”, корейском – “Коре Сарам”, немецком – “Гутен Абенд”. Цикл просветительских передач “Наш дом – Казахстан” посвящен истории, самобытной культуре различных диаспор, проживающих на территории республики. Глубокое познавательное содержание имеет программа “Сто наций”, которая транслируется в рамках независимого телерадиовещания. На казахском радио действует международный канал “Евразия”, вещающий на семи языках и активно сотрудничающий с Ассамблеей народов Казахстана и национально-культурными центрами.

Издательства “Жазушы”, “Рауан”, “Ғылым”, “Ана тілі” выпускают серии учебников для национальных школ и учебную литературу на уйгурском, русском, узбекском и других языках республики.

В целях удовлетворения духовных и интеллектуальных потребностей этносов, проживающих в нашей республике, осуществляется выход теле - радиoproграмм и печатных изданий. Основная цель - освещение деятельности национально-культурных объединений республики, Ассамблеи народов Казахстана, пропаганда языка, культуры и обычаев представителей различных национальностей, вероисповеданий, представленных в Казахстане. На телеканале «Казахстан» действует специально созданное творческое объединение «Ел», выпускающее передачи на немецком («Казахстан - им бликпункт»), уйгурском («Висал»), корейском («Ури миндэг») языках. Один раз в неделю на государственном и русском языках выходит передача «Достык», направленная на поддержание культуры этносов Казахстана, формирование казахстанского патриотизма. Кроме того, телепрограмма «Казахстан - им бликпункт» включена в сетку вещания Актюбинской, Акмолинской, Восточно-Казахстанской, Карагандинской, Костанайской, Павлодарской, Северо-Казахстанской областных телерадиокомпаний.

На Казахском радио также создана специальная рубрика «Достык», в рамках которой выходят в эфир передачи на немецком, уйгурском, корейском, татарском, турецком и азербайджанском языках общим объемом 90 минут еженедельно (15 минут - каждая студия). Телеканал «Хабар» выпускает программу «Біздің көшенің тұрғындары», посвященную обычаям, традициям, культурным особенностям этносов,

проживающих в Казахстане. В Северо-Казахстанской области в местах компактного проживания польской диаспоры (Петропавловск, Чкаловск, Узынокль) транслируется телепрограмма «Полония» (Польша).

• **Что такое этнически окрашенная информация?**

Многочисленные исследования показывают, что в последние десятилетия через многие мировые СМИ большим потоком в массовое сознание передается так называемая этнически окрашенная или, как иногда говорят, этническая информация. Что же это такое?

Этническая информация в СМИ – это, прежде всего упоминания в публикациях о народах и странах, о национальных или этнических обычаях и ценностях. Это, конечно, и безграничное поле этнической политики и межэтнического взаимодействия; это и информация об этнической экономике, о спорте и медицине, педагогике и других сферах общественной жизни. Но, кроме того, этничность в СМИ – это еще и очень трудноуловимые явления, связанные с этнической психологией людей – чувствами, эмоциями, представлениями.

Этнически окрашенная или этническая информация, которую создает журналист (или другой автор), спокойная или гневная, сочувствующая или осуждающая, серьезная или насмешливая – может быть позитивной и толерантной, нейтральной или конфликтной и в зависимости от этого по-разному влиять на разных людей и на их мировоззрение

Основными признаками этнической информации в газете или в передачах радио и ТВ являются упоминания **этнонимов** (названия национальностей), рас и их производных, например: узбек – узбекский, татарин – татарский, немец – немецкий, англичанин – английский, русский и т.д. В некоторых случаях это могут быть упоминания в публикациях стран или республик, ассоциированных в массовом сознании с определенными этническими группами (Грузия, Белоруссия, Казахстан, Татарстан), а также упоминание в публикациях слов, связанных с этничностью: национализм, шовинизм, национал-экстремизм и др.[3]

Этническая информация, передаваемая через прессу, радио, ТВ, может выполнять и действительно выполняет гуманитарную, толерантную миссию. Она просвещает людей, информирует их, развлекает, может организовать на добрые дела и выполняет еще много других полезных функций. Из этого источника люди узнают много нового не только о жизни других народов – этносов, но нередко и о своем собственном. Подобная этническая информация воспитывает у читателей, слушателей, зрителей интерес и уважение к другим народам, к их жизни и достижениям. Позитивная этническая информация о своем собственном народе также способствует формированию этнического самосознания, уважительного отношения к своей этнической общности, к своему этническому или национальному достоинству.

Толерантная этническая информация, передаваемая через прессу, радио, телевидение в массовое сознание, способствует формированию позитивных представлений и установок людей в области межнациональных отношений.

Но она может выполнять и отрицательную функцию, возбуждая неприязнь, подчеркивая различия, привязывая к этносу определенные негативные черты и пробуждая чувство опасности, грозящее со стороны той или иной этнической группы.

• **Конфликтная этническая информация и ее формы**

Существует много способов и технологий, с помощью которых можно повлиять на необходимое коммуникатору восприятие текста, внушить читателю, слушателю, зрителю не только позитивную, но и негативную мысль, идею и с помощью разных журналистских приемов убедить его в этом. Вот цитата из современной газеты: «Мы – великая нация. Мы дали миру великих художников, писателей, артистов! Давайте не забывать о своем величии!». Или еще: «Наши спортсмены – самые сильные в мире». Очевидно, что с помощью подобных идей, систематически и в разных контекстах повторяемых в массовой печати, можно формировать национальную гордость, национальное достоинство огромной массы людей. Но в этом может быть и определенная опасность – людям внушаются идеи об их «этнической особенности», идеи их отдельного от страны этноисторического прошлого, поощряются в массовом сознании и связываются именно с этничностью мифы об их этноэкономических и прочих достижениях. В то же время позитивные мифы и идеи в отношении других народов очень редко встречаются в современной отечественной журналистике.

Приведем еще одно высказывание журналиста: «Нас не уважают другие народы, потому что мы сами позволяем им вести себя так. Мы не должны терпеть это! Мы должны защитить свою национальную честь и достоинство!» В данном, явно конфликтном газетном высказывании авторы публикации

намеренно возбуждают национальные чувства и обиды людей, на этнической основе мобилизуют их и призывают к защите того, что считают «национальной честью». Иногда всего лишь одна публикация может сразу же вызвать нарастание напряженности и враждебности между проживающими вместе представителями разных этнических групп.

• Где границы между толерантной и конфликтной информацией?

Один из самых принципиальных вопросов, важных для СМИ, науки и правоведов: что считать толерантным или интолерантным при освещении в СМИ этнических особенностей нашей жизни? В этом отношении четкими ориентирами или рамками являются международные и отечественные документы о стандартах и нормах поведения в демократических обществах. В нашей республике это соответствующие статьи Конституции Республики Казахстан, Гражданского и Уголовного кодексов Республики Казахстан, ряд специальных законов о СМИ, о гражданстве Республики Казахстан, об экстремизме, о коррупции, о языках и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Губогло М.Н. Этнополитическая ситуация в Казахстане в представлениях его граждан. // Казахстан: реалии и перспективы независимого развития. Под общ. Ред Е.М. Кожокина. М., РИСИ. 1995.- С.285.
2. Информационная политика на современном этапе: стратегия, приоритеты, методика организации: Методическое пособие. Астана, 2002. -С. 10.
3. Освещение этничности в СМИ в свете конфликтологии <http://www.evartist.narod.ru/text19/054>.

Поступила в редакцию 11.08.2011.

A. KURMANKULOV

FEATURES OF POLITICAL TRANSFORMATION OF THE CENTRAL ASIA

Development of societies and political systems on the huge post-Soviet union territory are in focus of attention of many scientists and politicians today. This space, as a matter of fact, represents original laboratory in which are approved various economic, sociopolitical, cultural-civilization models. In relation to the new independent states formed on the Eurasian space, it is accepted to assert that they represent transitive systems. Thus it is considered that it «transition from totalitarianism to democracies». And some even specify: «through an authoritarianism stage». Region of the Central Asia in it of relations are allocated special, sometimes with unique properties [1]. Panarin openly named the Central Asia «the country of partially won authoritarianism». The success of authoritative model, according to the expert, in very huge value has been caused by geography and region history [2]. As the Israeli political scientist in V.Khanin marks, there is no state, which has formed on ruins of the USSR which would not declare the aspirations to create a modern open society and the democratic Soviet state of the western type corresponding to it. Nevertheless, practically in each of them various variants of «authoritative» political model of the personal authority of political leaders (presidents) based on a mode were established. According to the author, first of all it to concern republics of post communist Central Asia which presidents, personifying ideology of independence, have appropriated functions which were typical for secretaries general Communistic batches a current of the Soviet era. Many researchers notice that the post totalitarian condition of the countries of the Central Asia is not simply transitive a stage in formation liberal democracies of the western sample, and special sociopolitical and economic model of the development which main distinctive feature is эклектичность and unpredictability. For example, A.Pshevorskyy names transition to democracies «an uncertainty kingdom». Thereupon he notices that «... democracy - not a unique possible result of process of» transition»: when the end to dictatorship comes, various strategy of development are admissible. The permission of an authoritative mode can be turned back or finally at a message to dictatorship of the new sample» [3].

The director of programs of Institute of the Central Asia and Caucasus at the Higher school of the international relations of University of J. Hopkins of T.Martirosjan in the research «Transition in autocracies and relations of the USA to events in the Central Eurasia» recognizes that some reforms the region countries have been conducted, however «political systems of almost all states of Central Asia and Caucasus differ unreasonably strong executive and rather weak legislature». The author underlines that «at the best the states of Central Asia and Caucasus can be characterized as a hybrid of authoritarianism and defective democracy. At worst it is a question of a mode close to totalitarianism». Known Kirghiz politician Z.Sadanbekov, researching laws of