

А. Н. Горбенко¹

РОЛЬ СМИ В ГЛОБАЛЬНОМ ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР

Понятие «культура» существует практически во всех языках и употребляется в самых разных ситуациях. Это понятие чрезвычайно широкое, поскольку в нем отражается сложное, многогранное явление человеческой истории. В настоящее время, как утверждают знатоки, существует уже свыше 500 определений культуры.

Применительно к нашей сегодняшней жизни можно сказать, что совокупность материальных и духовных ценностей, а также способов их создания, умение использовать их для прогресса человечества, передавать от поколения к поколению и составляют культуру. Исходной формой и первоисточником развития культуры является человеческий труд, способы его осуществления и результаты.

Когда мы говорим о культуре, то обращаем внимание, прежде всего, на многообразие конкретных вариантов культур. Человеку, наверное, проще было бы взаимодействовать с другими людьми, строить свои отношения, если бы в мире утвердилась одна культура. Столько разногласий, конфликтов, каза-

лось, нам удалось бы преодолеть, как просто и легко нам было бы общаться, вживаться в новую среду и т. д. Но почему-то не хочется жить в таком скучном, унылом и однообразном мире. Ведь взаимодействуя с людьми другой культуры, ты волей-неволей выявляешь нечто новое для себя, примеряешься к тем преимуществам, которые обнаруживаешь в нормах, традициях, способах деятельности, принятых у представителей другой культуры. Такое сравнение будит мысль, подвигает к изменениям, улучшениям. Точнее поэтому сказать, что жить в однообразном в культурном отношении мире не только скучно, но и нежелательно, даже опасно. Отсутствие внутреннего многообразия, дифференциации — это важное свидетельство неспособности данной системы к развитию, налицо признаки застоя.

Вместе с тем имеют глубокие корни и различия культур, отражающие особенности бытия той или иной социально-исторической или этнической общности в их целостности и внутренней взаимосвязи с природной и социальной средой. Сложившись, культура каждой общности сама становится активно действующей исторической силой. Поэтому особенности культуры сказываются на конкретной истории народа, его социальном развитии.

Каждая культура как некая целостность неповторима, уникальна. И эта неповторимость, неза-

¹ Заместитель мэра Москвы в Правительстве Москвы по средствам массовой информации, межрегиональному сотрудничеству, спорту и туризму, кандидат политических наук. Председатель Комитета по предпринимательству в сфере СМИ и книгоизданию Торгово-промышленной палаты России. Президент Гильдии издателей периодической печати России. Награжден орденом Почета.

менимость каждой культуры означает, что в определенном отношении разные культуры равны между собой. Но именно неповторимость национальных, региональных особенностей той или иной культуры ставит ее на соизмеримый с другими уровень.

Многообразие культур — объективная реальность, и к ней можно подходить двояко: руководствоваться либо идеей единства мировой культуры, либо утверждением несовместимости культур, считая, что каждая из них стимулируется своими принципами и не способна вступать во взаимодействие с другими культурами.

Современная мировая культура представляет собой сложное многообразное единство, целостность разнообразных самобытных культур, где основную роль играет принцип ценности творческой личности.

И хотя «диалог культур» происходил уже в глубокой древности, по мере того как история становилась всемирной, возможности взаимовлияния культур неизмеримо возрастали. Только самобытность дает право на место в мировой культуре и только взаимодействие культур (а не изоляционизм) обеспечивает здоровое развитие этой самобытности.

Что касается научно-технического прогресса, технологии, вообще материальной культуры — тут не надо объяснений: изоляционизм, отказ от взаимодействий, от мировых связей ведут к отставанию, к деградации. И в духовной культуре происходит то же самое. Экология вообще и «экология культуры» в частности подразумевают взаимодействие во имя всеобщего выживания.

Культура, воздействующая на все сферы общественной и индивидуальной жизнедеятельности, становится все более реальной силой в современном обществе, а ее «голос», получая общемировой резонанс, превращается в слово свободы и демократии, объединяющее людей и предупреждающее об истинных и ложных путях развития каждого народа и человечества в целом. Опыт XX века показал, что в условиях несвободы, отсутствия демократии лишь до поры до времени можно делать «большие скачки», чтобы потом оказаться в ситуации неизбежного краха.

Освоение духовных сокровищ народов мира, бережное и, вместе с тем, соответствующее современным задачам обращение с культурным богатством предшествующих поколений дает возможность выявить живые, развивающиеся культурные ценности, без которых невозможен ни социальный прогресс, ни самосовершенствование личности.

Значительные социокультурные изменения, затрагивающие практически все стороны общественной жизни различных стран и народов, с особой остротой ставят вопрос о межкультурном взаимодействии или культурном диалоге, о его роли в развитии общемировой культуры.

История развития общества показывает, что технический прогресс, открытие новых средств массовой информации сыграли главную роль в деле распространения культурных образцов и ценностей. Действительно, первоначально образцы культуры

и ценности обычно не выходили за рамки семьи, рода или племени. Каждое племя использовало свою собственную систему символов, свои обычаи, традиции и систему верований (например, племенных тотемов). Развитие языка и письменности позволило распространять культуру на значительные расстояния, и с этого времени культура начала переходить границы различных обществ, стран, государств. Самым ярким примером такого распространения культуры может служить проникновение идей христианства, которые с помощью Евангелий и «Деяний апостолов» охватывали различные общества и государства. Дальнейшие изобретения и открытия в области средств массовых коммуникаций стерли все физические границы для передачи информации и создали условия для глобального распространения любых культурных образцов.

СМИ, доступные всем слоям населения, относятся к массовой культуре, которая появилась в начале XX века. Конечно, эта культура обладала меньшей художественной ценностью, но была понятна всем и давала информацию о тех или иных событиях. Она удовлетворяла сиюминутные потребности людей, но в то же время быстро теряла актуальность.

Мы ежедневно получаем огромный объем информации и отбираем из нее для усвоения лишь незначительную часть. Если новая культурная норма или ценность принимается широкой аудиторией, макросредой как необходимая, полезная часть культуры, если она выдерживает конкуренцию с другими образцами культуры данного общества, она становится частью этой культуры. В ходе дальнейшего использования культурный образец усваивается людьми, входит как неотъемлемая часть в индивидуальную культуру личностей, и процесс повторяется.

Современные СМИ играют в жизни общества существенную роль, имея самое непосредственное отношение к его жизнедеятельности. Миллионы газетных полос ежедневно попадают в руки читателей. Волны сотен радиостанций пронизывают сегодня эфир, донося до слушателей новости из любого уголка нашей планеты. Тысячи телебашен, десятки космических спутников делают нас свидетелями событий в разных странах мира.

Объединение наций в сильные централизованные государства часто оказывалось возможным во многом благодаря появлению прессы, которая создала новый вид социальной общности — публику отдельной взятой газеты. Члены этой агрегации разделены расстояниями, но объединены потребляемой информацией. Пресса ускорила и поставила на «поток» выработку единых символов и значений в национальном масштабе. Сегодня СМИ не только непрерывно воспроизводят этот процесс, но и выводят его на глобальный уровень. Хотя массмедиа призваны решать определенные задачи в политической системе и обществе, в реальной жизни они достаточно самостоятельны, имеют собственные, часто расходящиеся с потребностями общества цели деятельности и используют для их достижения раз-

личные методы. Политическое влияние СМИ осуществляют через воздействие на разум и чувства человека.

Основная цель СМИ в любом обществе — информационная. При тоталитарном режиме посредством политической пропаганды через СМИ в сознание людей систематически внедряются взгляды и ценности, нужные в данный момент руководству страны.

В демократическом обществе, в отличие от тоталитарного, в условиях свободомыслия существуют разные взгляды на те или иные вопросы, благодаря чему может развиваться здоровая конкуренция за власть. Здесь явно преобладает рациональная модель массовых коммуникаций, рассчитанная на убеждение людей с помощью информирования и аргументации, построенной в соответствии с законами логики. Эта модель предлагает состязательность различных СМИ в борьбе за внимание и доверие аудитории. В таких государствах запрещено законом использование СМИ для разжигания расовой, национальной, классовой и религиозной ненависти и вражды, однако в них различные политические силы для пропаганды своих идей и ценностей широко применяют методы преимущественно эмоционального воздействия, нередко затмевающего рациональные доводы и аргументы, что особенно ярко проявляется в периоды избирательных кампаний.

Методами массированного воздействия широко пользуются тоталитарные, авторитарные и особенно этнократические режимы, обильно насыщающие свою политическую пропаганду эмоциональным содержанием, подавляющим разум человека. СМИ здесь широко используют методы психологического внушения, основанные на страхе и вере, для разжигания фанатизма, недоверия или ненависти к политическим оппонентам, лицам других национальностей и ко всем неудобным.

То, что средства массовой информации — мощная сила воздействия на сознание людей, особенно четко проявляется в отношении электронных СМИ. По мере расширения технических возможностей их роль возрастает. А по эмоциональному воздействию на чувства и сознание людей они остаются пока непревзойденными и собирают самую большую аудиторию. Господствующее положение на сегодняшний день здесь занимает телевидение, которое постепенно вытесняет газеты и журналы, серьезно конкурирует с радио. Конкуренция с прессой объясняется появлением на телевидении новых технологий.

В то время как новые средства массовой информации привлекают к себе все более широкую аудиторию, усиливаются споры о том, будут ли сотрудники новых СМИ соблюдать профессиональные стандарты, выработанные и испытанные в ходе истории и отличающие профессиональную журналистику от желтой прессы.

А вот сторонники гражданской журналистики утверждают, что именно благодаря по-настоящему независимым новым формам СМИ общество полу-

чает полноценный доступ к информации, и источники новостей вне сферы действия основных СМИ со временем обогатят, а не обеднят общественный диалог. Положительный опыт некоторых новых сетевых СМИ, работающих под девизом: «Каждый гражданин — репортер», убедительно подтверждает эту точку зрения. Кроме того, сторонники гражданской журналистики вполне обоснованно указывают на то, что под «высокими профессиональными стандартами журналистики» зачастую скрывается двойная игра частных компаний, которые ради прибыли вступают в деловые отношения с представителями закрытых обществ и репрессивных режимов, ограничивающих свободный доступ к информации, в том числе практикующих жесткий «государственный контроль Интернета».

В современном поле культуры интернет-коммуникации, дополняя и обогащая СМИ, систему образования и воспитания, размывают границы между реальным и виртуальным миром, породили множественность позиций и воззрений, разрушили барьеры между центром и периферией, расширили культурно-образовательное пространство. Более того, по словам М. Маклюэна, они способствовали возрождению принципов естественной коммуникации, свойственной дописьменной культуре, в новой слухово-визуальной форме, что явилось своеобразным «продолжением» и «расширением» нервной системы человека. Современные медиатехнологии позволили сформировать новую коммуникационную культуру, в которой осуществляется синтез текста и аудио/видеосообщений. В ее рамках формируются как объективные знания, так и инфологемы, что позволяет манипулировать массовым сознанием, создать мифологическую картину мира.

Образно-моделирующие возможности электронных видов информации могут как открыть новые возможности для творческой деятельности, диалогического мышления, так и выработать негативные установки относительно окружающего мира.

Культуроформирующая функция журналистики заключается в том, чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в обществе высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общечеловеческой культуры, тем самым способствуя всестороннему развитию человека. Это обязывает журналиста знать сферы культурных пристрастий и увлечений своей аудитории, чтобы снабжать ее соответствующей информацией.

Разумеется, деятельность журналиста может быть направлена на расширение или преобразование интересов своей аудитории, но главной его задачей остается высокопрофессиональное «обслуживание» предпочтений, стремлений и увлечений, сформировавшихся на базе ее собственного выбора.

Заботясь о духовном развитии личности, журналистика способна противостоять разрушительному воздействию так называемой «массовой культуры», явлениям китча, суррогатам искусства, рассчитанным на неразвитый или извращенный вкус. При

этом важнейшей задачей журналистики оказывается формирование действительно массовой культуры, то есть реальное приобщение самых широких масс к культуре подлинной.

Современные СМИ приобрели способность успешно преодолевать пограничные культурные рубежи, используя манипулятивные технологии, выражая свое поощрение или порицание каким-либо социальным нормам, идеалам, ценностям, вводя их в массовый оборот. Если в индустриальной культуре развитие человеческой личности связывалось в основном с уровнем развития производства и возможностью обладания его продуктами, то в современном обществе пальма первенства переходит к информационной инфраструктуре.

Преобладающие в пространстве СМИ информационные технологии создали особую коммуникативную среду, в которой происходит не только нивелирование системы ценностей, но и неравномерное распределение информации. Это ведет к информационному преимуществу одних индивидуумов перед другими, которое постепенно трансформируется в экономическое, политическое или социальное преимущество. Вместе с тем налицо качественно новый уровень информационных технологий, возможность СМИ свободно выражать свое мнение, формировать новое качество современной культуры.

Наша эпоха стремительного развития информационных и коммуникационных технологий до неузнаваемости преобразует экономический, социальный и культурный облик современного мира, что приводит к разрушению устоявшихся стереотипов мышления, моральных норм, национальных традиций, зарождению унифицированной глобальной культуры и в то же время — к усилению процессов национального самосознания. Данные процессы сродни физическим законам центростремительных и центробежных сил.

Таким образом, тезис «тот, кто владеет информацией, владеет миром» в информационном обществе становится все более актуальным. Этот факт открывает необозримые возможности как для взаимного обогащения культур, консолидации общества, так и для разделения и вражды.

Диалог культур, партнерство цивилизаций — это сегодня, что называется, повседневность миллионов людей. И именно наше Отечество сегодня выступает уникальным примером системного единства различных этнокультурных категорий, достойно выдерживающего драматические испытания на прочность.

Средства массовой информации сами являются частью современной действительности со всеми ее противоречиями и в той или иной форме воспроизводят их. С этой точки зрения СМИ — лишь один из инструментов, дополнительный фактор, способствующий изменениям в соответствии с задачами и потребностями общественно-исторической ситуации.

Не секрет, что проблемы межэтнических взаимодействий, особенно связанные с острыми конфликтными ситуациями, криминальными инци-

дентами, всплесками массовых эмоций, привлекательны для журналистов, озабоченных резонансом своих публикаций, и для владельцев и редакторов СМИ, заинтересованных, в первую очередь, в увеличении тиражей своих изданий и количестве прощелков. Поэтому описание этнически окрашенных процессов, событий и происшествий в СМИ, ориентированных на массового читателя, очень часто становится эпатажным и тенденциозным. Чтобы придать большую достоверность и доступность соответствующей информации, журналисты склонны ориентироваться на мнение читателя, представляющего этнокультурное большинство населения данного региона, и в результате вольно или невольно следуют стереотипам массового сознания. Будет ли при этом перейдена грань, отделяющая вполне толерантные или нейтральные высказывания от высказываний, провоцирующих межэтническую напряженность, объективную информацию — от пропаганды национальной, расовой и религиозной ненависти, зависит от профессиональной подготовки и ответственности журналиста, зрелости корпоративной культуры работников СМИ.

Под растущим влиянием СМИ на первый план в коммуникативных процессах, включая этнические контактные ситуации, выходят представления человека о самом себе в сопоставлении с «другим»: каким я кажусь другому лицу, какую оценку другой дает моему образу, с какими чувствами — гордостью или унижением — связано восприятие моего «я». Это усиливает личную восприимчивость человека к этническим образам «своих» и «чужих». При этом мнение, формируемое и распространяемое в сфере массовых коммуникаций, может восприниматься как индивидуальная точка зрения, личная позиция, что соответствующим образом влияет и на поведение индивида.

Арсенал методов нейтрализации негативного влияния СМИ на межэтнические отношения невелик и практически исчерпывается уголовным преследованием, санкциями гражданского законодательства, административными мерами воздействия, способами морально-этического воздействия.

В силу остроты проблемы и особой опасности конфликтогенного воздействия массмедиа на этноконтактную ситуацию, в сфере управления и в экспертном сообществе возникают специфические проекты, в соответствии с которыми управляющий субъект определенным образом «фильтрует» и лимитирует поток этнически окрашенной информации, транслируемой СМИ в общественное сознание.

Эта позиция представляется уязвимой с разных точек зрения. Прежде всего она не согласуется с базовыми ценностями демократического общества. Однако ее нельзя считать приемлемой и с точки зрения общественных интересов. Если власть ограничит распространение правдивой и актуальной информации о наиболее острых проблемах межэтнических взаимодействий посредством лояльных и подконтрольных ей СМИ, то информационная «лакуна» будет заполнена желтой прессой, а так-

же СМИ, созданными и финансируемыми самими экстремистами. Интерпретации событий и предлагаемые доктрины будут в таких СМИ соответствующими.

Кроме того, массмедиа, информация как таковая — это товар, и в условиях рынка табуирование одного из его сегментов приведет только к возникновению теневых структур, с понятными издержками для общества и государства. Управленческие решения такого рода создадут благоприятную почву для культивирования всякого рода слухов, домыслов и фальсификаций, а значит, и мощные рычаги манипулирования общественным мнением.

Реализация рассматриваемой позиции в управленческой практике окончательно подорвет доверие общества к власти. Можно быть абсолютно уверенным в том, что при нынешнем арсенале технических средств потребитель информации найдет способ эффективно воспротивиться такому решению, соответственно, административные инициативы подобного рода просто не дадут значимых практических результатов.

Возможности «внутрицеховой» саморегуляции на основе морально-этических кодексов часто переоцениваются и интерпретируются как вполне достаточная мера воздействия на недобросовестных журналистов. Оптимисты надеются на то, что журналистская среда способна на самоорганизацию и эффективный контроль над профессиональной деятельностью членов своего «цеха».

В России уже в 1994 году был принят «Кодекс профессиональной этики журналиста». Руководствуясь этим Кодексом, Большое жюри Союза журналистов на заседании коллегии неоднократно выносило резолюции с осуждением действий своих коллег, опубликовавших этноконфликтные материалы. Однако следовать этическим нормам, провозглашенным в Кодексе, журналисты, к сожалению, не всегда считают нужным.

Это не значит, что журналисты безнравственны и сознательно стремятся к нагнетанию межэтнической напряженности или оскорблению этнического чувства людей. Ксенофобия на страницах газет и журналов обусловлена рядом вполне объективных социальных факторов.

Независимая пресса в условиях рынка может существовать только тогда, когда на газеты и журналы, так же, как и на всякий другой товар, есть потребительский спрос. Очевидно, что спрос этот во многом обусловлен, во-первых, подготовленностью потребителей; во-вторых, господствующими в данный момент ценностями, применительно к этнической проблематике — этноконтактными установками. Журналисты, как и те, кто вкладывают деньги в массмедиа, вынуждены производить и продавать ту интеллектуальную продукцию, которую готовы оплачивать потенциальные потребители.

В условиях, когда массовое сознание неразрывно связывает страшные террористические акты и этничность, окрашивает в этнические тона криминальную ситуацию, когда острая социальная кон-

куренция интерпретируется обывателями как следствие этнической стратификации, когда миграционный «обвал» порождает осязаемую этнокультурную дистанцию, — в этих условиях СМИ неизбежно будут продавать потребителям ту продукцию, которая соответствует потребительским ожиданиям.

Нельзя также забывать, что на информационном рынке существует жесткая конкуренция. Этническая проблематика — едва ли не самый товарный сюжет, поэтому журналисты писали и будут писать конфликтные материалы, редакторы ставили и будут ставить их на первые полосы, магнаты массмедиа вкладывали и будут вкладывать деньги в те издания, которые пользуются спросом у населения. «Товарность» скандальных публикаций на этнические темы прекрасно осознается в самом журналистском сообществе. Соответственно рассчитывать на некие нравственные «самоограничители» журналистов и топ-менеджеров массмедиа не приходится.

Все это не означает, что власти должны полностью отказаться от использования такого «рычага» воздействия на журналистское сообщество, как апелляция к этическим нормам, принятым в профессиональном сообществе. Но не следует переоценивать его эффективность. Ограничить поток этноконфликтных материалов в прессе можно, только апеллируя к закону, и наказывать провинившихся можно только в строгом соответствии с законом. В противном случае этические санкции могут стать опасным орудием расправы с неугодными журналистами. Объективированные в виде резолюций, протоколов этические и моральные оценки деятельности журналиста или СМИ должны возникать не вместо оценок правовых, а наряду с таковыми.

Провоцируя межэтническую рознь, недобросовестные журналисты угрожают интересам общества в целом, наносят ущерб национальной безопасности. Поэтому защита общества от негативного воздействия конфликтных СМИ может осуществляться только при активном участии всех заинтересованных структурных элементов гражданского общества.

Алгоритм действия социального контроля должен включать в себя выявление этноконфликтных публикаций силами заинтересованных этнокультурных общественных организаций, профессиональную экспертизу, организованную под эгидой местных органов власти, судебную оценку деятельности СМИ или работы журналиста, этическую оценку работы журналистов со стороны коллег.

В этот алгоритм может быть включено еще одно важное звено, способное позитивно повлиять на качество отражения в СМИ этнических явлений и процессов. Мы имеем в виду приглашение профессиональных этнологов к постоянному сотрудничеству с уважаемыми СМИ в качестве экспертов. Если редакция не может позволить себе содержание в штате журналиста, специализирующегося на этнической тематике, то позволить себе предварительную этнологическую экспертизу материалов, готовящихся к публикации или эфиру, может, как

нам кажется, любое более или менее солидное издание. При этом нужно иметь в виду, что действительно квалифицированных этнологов-профессионалов совсем немного, и проблема привлечения специалистов к постоянному сотрудничеству с редакциями должна решаться при обязательном консультировании с наиболее известными этнологами.

Необходима и специальная этнологическая подготовка или переподготовка журналистов и сотрудников редакций, специализирующихся на этнической проблематике. Этнологическое просвещение журналистов, пусть самое краткосрочное, но концептуально выдержанное, имеет большое практическое значение.

В современный период развития российского общества успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от действия такого субъективного фактора, как социальная активность личности.

Сегодня необходимо переместить акцент общественного мировоззрения с внешнего на внутренний мир человека, на его высшие социальные и духовные чувства. В СМИ должна быть целенаправленная кампания по духовно-нравственному воспитанию граждан в духе гуманизма, межнациональной солидарности, патриотизма и интернационализма, включая также и контрпропаганду, обличающую несостоятельность и вред идеологии шовинизма и национализма. При этом задача, включающая привлечение «лидеров мнений», противостоящих тем, кто делает капитал на человеческих страхах и предрассудках, представляется ключевой. К негативной оценке националистических идей должны быть подключены наиболее популярные ведущие телевизионных программ, деятели культуры и науки, известные эксперты и религиозные проповедники. Возможно, что этой работе нужно придать статус национального проекта.

Для многонациональной России жизненно важно обеспечить целостность государства и успех проводимых реформ. Поэтому СМИ в данном случае являются незаменимыми помощниками и мощными рычагами управления. Главное, чтобы превалировала не сиюминутная, местечковая «политическая целесообразность», а историческая перспектива. Примером может служить состояние массового сознания, сформированного СМИ в отношении таких глобальных общечеловеческих проблем, как экология, угроза термоядерной, биологической войны и т. д. Поскольку в мировом сознании существует четкое мнение об этих явлениях, можно сказать, что СМИ передают достаточно объективную информацию, не противоречащую ценностям общества и позволяющую сформировать достаточно долгосрочное и утвердившееся мнение. Таковую же безусловную по-

зицию необходимо иметь в отношении межэтнического мира в России.

Справочно

Правительство Москвы видит одну из главных своих задач в том, чтобы проводить планомерную работу по совершенствованию форм и методов освещения в средствах массовой информации города межэтнических отношений, тем интернационализма, уважения к культуре и религии других народов, формирования в общественном сознании стойкого неприятия экстремистских националистических и религиозных взглядов и установок.

Для решения задачи предотвращения проявлений политического и религиозного экстремизма только в последнее время был, в частности, реализован ряд специальных *телевизионных проектов*.

С целью гармонизации межнациональных и межконфессиональных отношений на телеканале «ТВ Центр» создано восемь серий телевизионного фильма «Границы государства» о религиях и верованиях народов России.

Выпущены четыре документальных фильма из цикла «Духовные основы мировых цивилизаций»: «Католицизм» и «Древние церкви Востока» (2008), в 2009 году — «Православие» и «Протестантизм» (52 минуты каждый). Фильмы, созданные Комитетом, были показаны на телеканалах «ТВ Центр» и «САРАФАН-ТВ».

Четыре социальных ролика из цикла «Моя столица — все краски народов страны» (по 30 секунд каждый) были показаны на телеканалах «ТВ Центр», «ТВ Столица» и «Доверие». Работа по созданию социальных роликов будет продолжена.

В настоящее время проводится работа по созданию новых фильмов об истории мировых религий, истории формирования многонациональной России, о культуре и традициях ее народов.

На радиоканале «Говорит Москва» три раза в неделю выходила программа «Москва многонациональная», в рамках которой рассматривались различные проблемы межнациональных и межконфессиональных отношений, рассказывалось о традициях и обычаях народов России и мира, освещались происходящие в Москве и стране события, связанные с жизнью и культурой национальных общин.

Из бюджета Москвы традиционно финансируется ряд социально значимых периодических печатных изданий, в том числе учрежденных с участием органов исполнительной власти.

Из средств городского бюджета осуществляется поддержка издания ежемесячного журнала «Этносфера», на страницах которого размещаются, в частности, материалы об участии этнонациональных объединений в жизни Москвы и т. п.