# МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

# Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития

Сборник материалов международной научно-практической конференции кафедры журналистики 13 марта 2018 года

УДК 05/07 [47+57]:327(081/082) ББК Ч612.08+Ф4(0)я431

Ж92 Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития. Сборник материалов международной научнопрактической конференции кафедры журналистики 13 марта 2018 года. — Н. Новгород, 2018.-182 с.

Сборник материалов международной научно-практической конференции «Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития» раскрывает коммуникативную миссию журналистики в развитии международных отношений в современном мире, показывает опыт вузов-партнеров ННГУ в оптимизации научнообразовательного сотрудничества, освещает диалог культур и мировоззрений в зеркале СМИ, подчеркивает роль интернет-технологий в информационно-коммуникационном процессе.

В издание вошли статьи, систематизирующие опыт ведущих исследователей теории и практики современных СМИ, представителей журналистского сообщества и органов власти, а также зарубежных партнеров кафедры журналистики Института филологии и журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Материалы публикуются в авторской редакции.

Редакционная коллегия: О.Н. Савинова (отв. редактор), Н.О. Автаева, В.А. Бейненсон, М.С. Щерова.

ББК Ч612.08+Ф4(0)я431

© Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2018

### СОДЕРЖАНИЕ

Савинова О.Н. Коммуникативные интеграционные процессы в развитии
международного сотрудничества
<b>Бузело А.С.</b> Партнерство университетов как форма общественной дипло-
матии
Сидорская И.В. Паблик рилейшнз в реализации эффективного меди-
атранзита социальных идей
<b>Брурос С.</b> «Далекие другие». Проблемы освещения беженцев в СМИ:
взгляд исследователя
<b>Кедяркин С.Н.</b> Новые медиа в системе этнической коммуникации в Ни-
жегородской области
Архангельская И.Б. Особенности политического дискурса Дональда
Трампа в социальной сети Twitter (2016 – 2018 гг.) <b>43</b>
Автаева Н.О. Международный диалог в современных студенческих ме-
диа
Асланова С.В. Русскоязычные радиостанции Европы: проблемы произ-
водства контента на современном этапе
<b>Баканов Р.П.</b> Современные подходы к практике популяризации науч-
ного знания в СМИ
Барсукова А.В. Русский язык как язык межнационального общения (по
материалам этнических СМИ ПФО)
<b>Бейненсон В.А.</b> Возможности интерактивных видеоформатов в форми-
ровании межнационального и межкультурного диалога
<b>Белковский С.В.</b> Презентация российских событий 1917 года в отече-
<b>Белковский С.В.</b> Презентация российских событий 1917 года в отече-

Гордеева Е.Ю. История российской журналистики в трилогии Т. Стоп-
парда «Берег утопии»
Зотов Н.В. Вопросы этнокультурного взаимодействия на страницах
«Нижегородских губернских ведомостей»
<b>Иванова Е.О.</b> Миграционный кризис в зеркале русскоязычных СМИ Гер-
мании (на примере региональной газеты «Диалог») 124
Коданина А.Л. Политико-коммуникационные особенности Telegram-ка-
налов Нижнего Новгорода
Курманина Т.С. Информационное агентство: творческие аспекты дея-
тельности и региональная специфика функционирования (на примере ИА
«Интерфакс-Поволжье»)
<b>Макарова Л.С., Новикова Т.Е.</b> Профессионально-этический компонент в
системе подготовки будущих журналистов: проблемы и тенденции . 141
Самоварова М.А. Освещение опыта международного сотрудничества в
корпоративных СМИ (на примере интернет-портала Gudok.ru) 151
Симонов И.В. Освещение конфессионально-общественных вопросов в
нишевых СМИ России
<i>Шетэля В.М.</i> Лингвистический и культурологический комментарии к
газетной заметке «Москвы вечерней»
Щерова М.С. Диалог культур в современных отечественных искусство-
ведческих изданиях 171
Об авторах

#### УДК 070

# Коммуникативные интеграционные процессы в развитии международного сотрудничества

© 2018 г. О.Н. Савинова
Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского 508@bk.ru

В статье рассматриваются коммуникативные и интеграционные аспекты международного сотрудничества, особое внимание уделяется вопросам роли прессы в освещении миграционной тематики, раскрываются позитивные практики межкультурной коммуникации и вузовского сотрудничества по подготовке журналистских кадров.

 $\mathit{Ключевые\ c.noвa:}\$ межкультурная коммуникация, миграционные процессы, этнокультурный дискурс, журналистика, международное сотрудничество.

Следуя отечественным традициям, заложенным еще в петровских «Ведомостях», освещать события, «достойные знания и памяти, случившиеся в Московском государстве и иных окрестных странах», российская журналистика всегда стремилась давать оперативно и качественно информацию о международной жизни.

Этой традиции журналистика верна и сегодня, несмотря на непростую международную обстановку и современную этнополитическую ситуацию. Современный мир находится в состоянии трансформации, новой системы международных, межнациональных, межконфессиональных отношений. Среди вызовов, с которыми столкнулось общество, стали миграционные процессы в европейских странах, экономические санкции, противостояние идеологических моделей развития Запада и Востока.

Открывшиеся новые ресурсы коммуникации высветили и новые вызовы, с которыми столкнулась традиционная журналистика. Так, мы сегодня являемся свидетелями мощного развития информационных технологий, существенно трансформирующих традиционную журналистику: цифровая революция привела к мощному развитию так называемых «агрегаторов медиаплатформ», передающих информацию потребителю. И это только начало. Как заявляют некоторые исследователи, «общество стоит на распутье перехода от мира мобильных гаджетов к системам искусственного интеллекта, в которых станут практически общедоступными любые операции по созданию и обработке информации» [1].

Изменения затронули не только производственную сферу, но и творческую составляющую журналистики. Сегодня все чаще можно слышать такое выражение, как «фейковая новость», а в конце 2016 года редакция авторитетного Оксфордского словаря объявила словом года «постправду» – явление, описывающее эпоху развития массовых коммуникаций, когда истина становится не принципиально важной [2]. Все эти процессы не могли не сказаться на падении доверия как к средствам массовой информации, так и к процессам внешней коммуникации.

В этих условиях в современном многополярном мире на первый план выдвигается задача по укреплению доверия между государствами, что побуждает всех акторов политического процесса искать конкретные позитивные шаги на пути реализации этой задачи.

В качестве «мягкой силы» в продвижении идей мира, доверия и сотрудничества между государствами активно выступают институты гражданского общества, набирает обороты общественная дипломатия. Особая миссия в развитии диалоговой модели межгосударственного сотрудничества, в движении к доверию сегодня возлагается на высшую школу, научное сообщество.

Выверенные рекомендации экспертов по развитию международного взаимодействия, в том числе и в сфере массовой коммуникации, могут оказать позитивное влияние на принятие управленческих решений. Ушедший год вновь подтвердил, что в условиях непростой этнополитической ситуации, вызванной миграционным кризисом, террористическими угрозами в крупных европейских городах, обострившимся религиозным размежеванием в обществе, тема межэтнической коммуникации и роли в этом процессе средств массовой информации по-прежнему остается в числе актуальных.

Среди тем, связанных с международной проблематикой, остановимся на вопросе освещения миграционных процессов, дихотомии «свой-другой». Нужно отметить, что тема «других», выдвинувшаяся в число первоочередных в последнее время в освещении проблем, связанных с миграцией в европейских странах и ставшая головной болью для политиков и простых людей, заставляет нас более внимательно обратиться к этому актуальному вопросу, нашедшему свое место в исследованиях современных ученых-антропологов, политологов, а также и теоретиков СМИ, что свидетельствует о ее востребованности в ряду журналистиковедческих проблем.

Противопоставление «свой-другой» было характерно как для многих доиндустриальных обществ, так и для новой истории. Планета Земля

— это многонациональное сообщество, на территории которого проживает большое количество различных народностей. По разным подсчетам всего в мире насчитывается около 3-4 тысяч народов, или этносов. Большинство стран мира — многонациональные.

Как известно, в фольклоре разных народов и стран отражен многовековой опыт, в том числе и этнического взаимодействия. Среди пословиц и поговорок разных народов мы находим примеры как настороженного, негативного отношения к «другому», («незваный гость хуже татарина», (русск.), «с неродными людьми не ходи на охоту, они возьмут, да и привяжут к седлу» (казах.), «со шведом вообще-то поговорить можно, только вот много с ним не поговоришь» (сканд.), так и понимания того, что добро и зло не зависят от этнической принадлежности и что судить человека нужно не по принципу «свой-чужой», а по его личным качествам («не смотри, что у человека снаружи, а смотри, что у него внутри» (узбекск.).

Анализируя развитие этнической толерантности в современном трансформирующемся мире, который характеризуется сосуществованием множества цивилизаций и культур, отметим возросшую роль СМИ в межкультурной коммуникации.

Практическая работа в этом направлении должна строиться на основе хорошо выверенных знаний, использовании лучшего отечественного и зарубежного опыта.

В исследованиях российских ученых акцентируется внимание на этническом и религиозном многообразии как основе стабильности и развития современного многополярного мира (В.А. Тишков), изучаются вопросы диалогического подхода СМИ в формировании толерантного сознания в обществе (И.М. Дзялошинский), способы и формы медийного распространения толерантной и конфликтной этнической информации, проводится контент-анализ этнической тематики современных СМИ (В.К. Малькова).

Из зарубежных авторов отметим работы норвежской исследовательницы Гюнн Бьернзен (Gunn Bjomsen), изучающей вопросы влияния многонациональности общества на работу журналистов, а также то, как сами журналисты понимают свою роль в многонациональном обществе. Как показывает практика новейшей истории, процесс межкультурной коммуникации протекает в обществе риска, и сегодня перед экспертами, политиками, представителями СМИ стоит вопрос, как управлять этими рисками, как сохранить мир и согласие. Большая роль в этом процессе

отводится будущим журналистам, тем, кому работать в новом тысячелетии и от позиции которых зависит социальная преемственность журналистской профессии.

Кафедра журналистики ННГУ участвовала в совместном с норвежским университетом Волда при поддержке Академии прав человека в Осло проекте «Становление журналистов в мультикультурном обществе» в течение пяти лет, с 2013 по 2017 годы. Актуальность темы обусловлена современной этнокультурной ситуацией в полиэтнических обществах и представляет научную и практическую значимость для вузов, которые ведут подготовку журналистских кадров. За эти годы для студентов, будущих журналистов, было организовано три обучающих семинара в Нижнем Новгороде и четыре в Норвегии и Германии. Студенты России, Швеции и Норвегии не только получили новые знания, но и смогли больше узнать о культуре, традициях наших стран и народов. После трагических событий, связанных с французским журналом

После трагических событий, связанных с французским журналом «Шарли Эбдо», о которых много говорили, нам, как исследователям, было интересно познакомиться с совершенно другим опытом освещения миграционной темы.

Новый эмпирический материал требует своего научного осмысления, и это обстоятельство подвигло нас к рассмотрению этнокультурного дискурса в некоторых европейских изданиях, и, в частности, в норвежском мультикультурном издании «Выкрик». «Utrop» («Выкрик») — это первая и единственная норвежская мультикультурная медиакомпания, которая включает газету и сайт с журналистскими материалами и видеоконтентом [3]. С работой издания авторам исследования удалось познакомиться лично во время стажировки в Норвегии в рамках соглашения о сотрудничестве между ННГУ им. Н.И. Лобачевского и университетом Волда. «Utrop», откликаясь на вызовы времени, уделяет внимание межэтническим и межконфессиональным отношениям в своей стране — так,13,96% публикаций затрагивали эту тему. Чуть меньше половины публикаций — 40,71% — посвящены рассмотрению некоторых социальных проблем иммигрантов. Редакция ведет открытый разговор с читателями о тех непростых житейских вопросах, с которыми сталкиваются представители других культур в норвежском обществе, в частности, это вопросы неравного отношения в сфере здравоохранения, предубеждений в отношении мусульман, невозможности найти высококвалифицированную работу по специальности. Но сама возможность высказаться на волнующую тему, приковать внимание общества, быть услышанным, несомненно привлекает симпатии читательской аудитории к изданию.

26,43% — это тематические статьи о процессах успешной интеграции и жизни иммигрантов в Норвегии. Большинство из них содержало драматические истории беженцев, которые прошли через трудности, разной степени опасности для жизни, нашли мир, спокойствие и устроили свою судьбу в Норвегии. На третьем месте — 10% публикаций — анонсы мероприятий, которые проводил «Utrop» и другие организации. На четвертом месте по количеству публикаций — положительные примеры мирного сосуществования разных культур в норвежском обществе, которым было посвящено 8,57% публикаций. Чуть меньше материалов — 7,86% — содержали результаты социологических исследований. Их тематика чаще всего затрагивала вопросы одобрения норвежским обществом людей других культур и степень интегрированности иммигрантов в этом обществе. Учитывая конфессиональную принадлежность иммигрантов, издание дает своим читателям полезную информацию, как, например, советы по сохранению здоровья во время мусульманского поста Рамадан; несомненно, важным для повышения юридической грамотности приезжих является разъяснение некоторых законодательных и нормативных документов (всего 5% публикаций).

В гармонизации межкультурных отношений большую роль играет язык. «Utrop» выходит на норвежском языке, способствуя его изучению в иммигрантской среде.

Качественно-количественный контент-анализ данных публикаций показал, что «Utrop» учитывает особенности своей аудитории и при освещении этноконфессиональной тематики использует диалоговую модель взаимодействия, тиражируя прагматическую информацию, избегая научных терминов, отдавая предпочтение житейским реальным историям своих героев. Материалы, как правило, подаются в аналитическом ключе, серьезно прорабатывается проблема, и читателям предлагается взвешенный и продуманный взгляд на нее. Опыт норвежского сайта «Utrop» может быть использован другими изданиями, пишущими на эту тему. И даже несмотря на небольшое количество публикаций, их качество и общественная работа редакции могут считаться образцовыми. [4]

Если же говорить о российском опыте, то одна из таких площадок

Если же говорить о российском опыте, то одна из таких площадок межкультурного диалога — это, несомненно, опыт прессы Приволжского федерального округа.

ПФО является своего рода уникальным округом Российской Федерации: здесь проживают представители более 140 наций и народностей, представлены все конфессии, осуществляющие свою деятельность в Российской Федерации, здесь тесным образом переплетены русская

культура, культура тюркских народов и финно-угорского мира. Культурное и языковое многообразие представителей национальных меньшинств охраняется государством. Активно развивается этническая журналистика: 6% всех изданий, выходящих в округе, печатаются на 11 языках народов Поволжья. Журналисты, представители разных национальностей, работают на ведущих телевизионных каналах, в информационных агентствах.

Опыт прессы Приволжского федерального округа по гармонизации межнациональных отношений, контент-стратегий освещения этнической тематики в федеральных и региональных СМИ обобщался в научной литературе [5], а также использовался в практической работе по подготовке будущих журналистов, что нашло отражение в некоторых учебных программах кафедры журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского [6]. Студенты из Норвегии, Швеции смогли воочию убедиться, как бережно относятся у нас к сохранению культуры, языка и традиций других народов во время посещения мордовского праздника в одном из районов Нижегородской области.

Итогом многолетнего сотрудничества стал запуск интернет-пособия на русском и английском языках по межкультурному пониманию для студентов и преподавателей журналистики, в котором был, в частности, представлен и опыт Приволжского федерального округа по гармонизации межнациональных отношений [7].

Положительно оценивая совместный российско-норвежский опыт, кафедра открыта для сотрудничества и с другими научно-образовательными журналистскими школами и вузами-партнерами.

Совершенно очевидно, что информационный потенциал современного общества открывает новые ресурсы в развитии общественного диалога, он обретает такое же важное значение, как потенциал природный, экономический, технический. В связи с этим на первый план выдвигается задача использования ресурсов медиасистемы, новых информационных технологий в укреплении доверия между странами и народами, развитии общественной дипломатии, взаимообогащении культур, сохранении мира и согласия в нашем общем доме.

Сегодня расширение региональных прямых связей, позитивных практик общественных организаций и отдельных граждан по реализации международных гуманитарных проектов в образовании, научной и культурной сферах, патриотическому воспитанию молодежи все более приобретает статус важного фактора внешней политики России.

Отметим, что в последние годы активно развивается сотрудничество не только на межгосударственном, но и на региональном уровнях.

Так, Нижегородская область и Нижний Новгород в течение нескольких лет активно сотрудничают с Республикой Беларусь. В Нижнем Новгороде действует отделение посольства Республики Беларусь. С 2006 года работает Совет делового сотрудничества. В рамках Совета активно развиваются торгово-экономическое и межрегиональное взаимодействие Нижегородской области и Беларуси в различных сферах народного хозяйства: машиностроении, металлургии, радиоэлектронике, химии, нефтехимии, сельском хозяйстве, торговле.

Большую работу по гармонизации межнациональных отношений, укреплению дружбы и международного сотрудничества в гуманитарной сфере проводит Нижегородская областная общественная организация белорусской культуры. На счету общественной организации много добрых дел: это и первое издание в Нижнем Новгороде избранной лирики всемирно известного классика белорусской литературы Максима Богдановича, и презентация книг о партизанском движении в годы Великой отечественной войны на территории Беларуси, и участие в организации таких общественно значимых акций, как День единения народов России и Беларуси, День славянской письменности и культуры и многое другое. Тематика, связанная с развитием отношений двух братских государств, становится актуальной в исследовательской работе Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. Так, в 2013 году на кафедре журналистики была защищена дипломная работа М. Плеховой на тему «Образ России в зеркале СМИ Белоруссии». Открыта магистратура по международной журналистике, предоставляющая новые возможности для академической и студенческой мобильности. Важную социальную роль играют русский язык как язык межнационального общения двух братских народов.

Белоруссия – единственная страна на постсоветском пространстве, в которой русский язык наряду с родным признан государственным. В настоящее время идет подготовка к проведению V Форума регионов, который будет принимать гостей из 30 субъектов Российской Федерации и всех белорусских областей; в повестке Форума – обсуждение вопросов развития промышленности, аграрной отрасли, социальной сферы. Как подчеркнул Генеральный секретарь Союзного государства Г. Рапота, Нижний Новгород в числе тех российских городов, с кем наиболее активно развиваются партнерские связи Беларуси [8].

Университет Лобачевского подписал Договор о сотрудничестве с Белорусским государственным университетом, преподаватели Института филологии и журналистики принимают участие в научно-практических конференциях, организуемых Институтом журналистики БГУ.

Институт филологии и журналистики активно работает по развитию академической и студенческой мобильности. Осенью 2017 года наши студенты и преподаватели принимали участие в совместном с университетом города Бельцы (Молдова) проекте «Русские восходы».

Наше сотрудничество расширяется: подписан Договор с университетом «Туран» (Казахстан), предусматривающий подготовку журналистских кадров в рамках программы двойного диплома.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что наряду с рисками, возникающими сегодня в процессе коммуникации, связанными с непростыми процессами трансформации современного общества, к счастью, остаются достаточно значимыми в интеграционном процессе такие скрепы между поколениями и странами, как историческая память, понимание того, что сегодня важно делать акценты на то, что сближает народы ,а не то, что разъединяет, что все мы заинтересованы, чтобы мир и спокойствие царили в нашем общем доме – планете Земля.

#### Список литературы

- 1. Соловьев А.И. Журналистика на перепутье: автоматизированная, точечная, дающая больше знаний, но меньше понимания // Международная журналистика-2018. Глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа. Материалы Международной научно-практической конференции. Минск, 15 февраля 2018. С. 281.
- 2. Конев Е.Ф. Журналистские принципы в эпоху «постправды» // Международная журналистика-2018. Глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа. Материалы Международной научно-практической конференции. Минск,15 февраля 2018. С.137.
- 3. Сайт газеты «Utrop» [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.utrop.no. Дата обращения: 24.11.2017.
- 4. Савинова О.Н., Черноволова Н.Р. Роль СМИ в межкультурной коммуникации: опыт норвежской медиакомпании «UTROP» («ВЫ-КРИК») // Norwegian Journal of Development of the International Science, 2017, №3, Т.2. Р.68–71.
- 5. Савинова О.Н. Роль СМИ в сохранении самобытных культур, исторического наследия и традиций народов России // Журналист. Социальные коммуникации. 2013.  $\mathbb{N}$ 1. C. 28–31.
- 6. Савинова О.Н. Информационное планирование в этноконфессиональной сфере. Учебно-методическое пособие для магистрантов // Фонд образовательных ресурсов ННГУ, 2013. per. 563.13.09.
- 7. Савинова О.Н. «Другие» в истории и современном мире. Роль СМИ в межкультурной коммуникации // Межкультурное понимание,

права человека и журналистская этика. Учебное пособие для студентов и преподавателей журналистики (на русском и английском языках). — 2017 год [электр. ресурс]. — Режим доступа:-www.Iornalism-edu.org. — Дата обращения: 24.11.2017.

8. Рапота Г.А. Инвентаризация нужна и нам // Союз. Беларусь — Россия [электр. ресурс]. — Режим доступа: https://rg.ru/gazeta/soyuz/2018/02/22.html — Дата обращения: 22.02.2018.

# Communicative integration processes in the development of international cooperation

O.N. Savinova
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod
508@bk.ru

The article considers the communicative and integration aspects of the international cooperation with special attention paid to the role of the press in covering migration issues; the positive practices of intercultural communication and universities cooperation in the training of journalists are revealed.

*Key words:* intercultural communication, migration processes, ethnocultural discourse, journalism, international cooperation.

#### УДК 070

## Партнерство университетов как форма общественной дипломатии

© 2018 г. *А.С. Бузело* Университет «Туран» (Казахстан) a.buzelo@turan-edu.kz

В статье рассматривается понятие «общественная дипломатия», неоднозначность его дефиниций, описываются способы и формы реализации общественной дипломатии на примере сотрудничества университета «Туран» с вузами и организациями стран ближнего и дальнего зарубежья. Также речь идет об эффектах такого партнерства.

 $\mathit{Ключевые\ c.noвa.}$ : общественная дипломатия, партнерство университетов, ЮНЕСКО, тройная спираль, шведская компания Universum, глобальный проект GUESSS.

Общественная дипломатия достаточно давно используется в качестве действенного инструмента влияния на мнение и поведение зарубежных сообществ. Однако смысловое наполнение термина до сих пор остается неоднозначным. Первоначально это понятие вуалировало широко

употребляемый во времена холодной войны термин «пропаганда», выполняло роль его эвфемизма. Сегодня public diplomacy подразумевает более широкий спектр направлений деятельности: от зарубежного вещания до образовательных обменов. И представляет собой инновационную гуманитарную технологию, имеющую дело, прежде всего, с человеческими ресурсами, которая реализуется, в отличие от пропаганды, в интерактивном многовекторном диалоге.

Это своего рода «форма ответа на глобальные вызовы и угрозы, на становление нового мирового порядка, на ход внутриполитического развития. Неслучайно она получила особое признание в эпоху глобализации, цивилизационных сдвигов, глубоких изменений, произошедших в мире, в том числе, и в психологических установках людей. Все более расширяющиеся познания увеличивают способности общественных дипломатов для оказания влияния на людей в процессе общения и формирования общественного мнения. Все больше возрастает роль и возможности общественной дипломатии в вопросах предупреждения и разрешения конфликтов через массовые интернет-коммуникации» [1]. Иными словами, этот вид целенаправленной деятельности призван создавать благоприятный климат и условия взаимодействия всех заинтересованных сторон (стран) посредством так называемой «мягкой власти» (soft power по Дж. Наю), которая предстает как способность добиваться от других желаемого с помощью привлекательности, а не насилия или подкупа.

Таким образом, цель общественной дипломатии состоит в транс-

Таким образом, цель общественной дипломатии состоит в трансляции положительной информации о стране, ее участия в выработке внешнеполитических решений с учетом влияния на репутацию, которое они окажут.

Явными преимуществами общественной дипломатии перед официальной выступают следующие ее особенности: она разнообразна и более свободна в приемах, методах, содержании; менее затратна; менее стереотипна; реализует негосударственные формы и методы неофициального общения; менее зависима от официальных решений; более рациональна в решении сложных проблем межгосударственных отношений [2].

В этой связи необходимо отметить, что сегодня университеты имеют безоговорочный приоритет в применении «мягкой силы» для формирования не только собственного имиджа (что важно в рамках их участия в международных и национальных рейтингах, процедурах аккредитаций), но и демонстрации намерений государств, которые они представляют.

География международного сотрудничества университета «Туран» достаточно широка: заключено более 100 договоров о сотрудничестве с зарубежными партнерами, более чем из 20 стран ближнего и дальнего зарубежья (страны СНГ и Балтии, Западной и Восточной Европы, Азии и Америки) с целью обеспечить следование самым высоким мировым стандартам в образовании, исследованиях, предпринимательстве.

Сотрудничества с вузами и организациями представляют собой как традиционные, так и новые формы:

- академические обмены в рамках международных образовательных программ и проектов по всем специальностям,
- совместная научно-исследовательская деятельность,
- научно-практические семинары и конференции,
- практика и стажировки студентов, магистрантов, докторантов (в России, Турции, Китае, Германии, Великобритании, Болгарии, Польше, США),
- сотрудничество с Библиотекой Конгресса США по книгообмену, Программой Развития ООН, Фондом имени Фридриха Эберта, Американским Советом по сотрудничеству в образовании и обучении языков, Немецкой Службой академических обменов, а также с посольствами зарубежных стран,
- членство в международных организациях (Enactus, Triple Helix, MATC, CAMAN, AISEC, EdNet, Microsoft IT Academy).

Остановимся на некоторых примерах подробнее.

Международная ассоциация Triple Helix (или «Тройной спирали») – одно из открытых мировых исследовательских сообществ, занимающееся изучением инновационной экономики, экономики знаний и процессов, происходящих в этих сферах. В основе деятельности ассоциации лежит теория Генри Ицковица, профессора Стенфордского университета, о необходимости соединения усилий науки, бизнеса и власти (три составляющие спирали) для достижения экономического роста и ускорения научно-технического прогресса. По мысли Ицковица, именно университетам принадлежит ведущая роль в построении такого сотрудничества.

Университет «Туран» как инновационно-предпринимательский вуз является членом Международной ассоциации Тройной спирали, концепция которой основывается на тесном взаимодействии университета, частных предприятий и государства для создания новых институциональных и общественных форм производства, передачи и применения знаний. Лидеры глобальной инноватики, ученые, бизнесмены, представители научных институтов, носители передовых знаний и идей взаимодействуют в рамках Международной ассоциации Тройной спирали.

На базе ассоциации функционируют различные исследовательские (интеграционные) группы. Одна из них — Кластерная группа исследователей Triple Helix Actors, Governance and the Region (THARG). Действующие исследовательские группы внутри Ассоциации: «Трансфер знаний и технологий», «Взаимодействие университетов и промышленности (бизнеса)», «Предпринимательские университеты», «Национальные инновационные системы и модели».

15 марта 2017 года Ассоциация вузов Республики Казахстан совместно с Международным институтом лидерства, Московским государственным университетом им. М.В. Ломоносова и общественным фондом «Казахстанский институт управления проектами» провела вебинар «Современное развитие вузов инновационно-предпринимательского типа в контексте внедрения модели тройной спирали Triple Helix» как специальное мероприятие V Национальной конференции партнеров РМІ Казакhstan Potential Chapter на базе университета «Туран».

Работа вебинара преследовала следующую цель: обмен опытом современных вузов инновационно-предпринимательского типа в области внедрения модели тройной спирали, поиск путей адаптации данной модели с учетом национальной специфики, выявление роли вузов, бизнеса и государства в данной системе взаимодействия. Эта проблематика серьезно изучается на площадке Международной ассоциации тройной спирали (МАТС) Triple Helix Association (ТНА).

По итогам вебинара было выдвинуто предложение о создании Казахстанского филиала Международной ассоциации тройной спирали — Triple Helix Association Kazakhstan при Ассоциации вузов РК, который объединит усилия вузов по продвижению предпринимательского образования в республике, взаимодействию с бизнес-кругами и государственными органами для эффективного развития высшего образования в условиях «экономики знаний» и «индустрии 4.0».

В 2015 году университет «Туран» стал партнером шведской компании Universum, которая проводит глобальные исследования среди студентов. Компания Universum имеет более 25 лет опыта в сфере брендинга работодателей и является мировым лидером в этой сфере. Карьерный тест компании Universum — самый масштабный карьерный инструмент в мире, который используют более миллиона студентов ежегодно. Около 2000 университетов по всему миру являются партнерами компании, среди них и глобальные лидеры (Окфорд, Кембридж, Йель, Гарвард и т.д.). Штаб-квартира находится в Стокгольме (Швеция), филиалы — в 12 странах мира. Исследование Universum в 2016 году охватило 6743 студента в Казахстане из 35 вузов, общее количество респондентов в мире —

свыше 1 300 000 в 2200 вузах. Количество студентов университета «Туран», принявших участие в исследовании, – 870.

### Результаты:

- Среди опрошенных 36% были молодые люди и 64% девушки (37% и 63% соответственно по Республике). Средний возраст – 20,7.
- Заявленная успеваемость -8,4 из 10 (средний балл по РК -8,0).
- Уровень ожидаемой заработной платы по окончании вуза 270 710 тенге (238 074 тенге по РК).
- Отрасли, которые студенты находят наиболее предпочитаемыми для будущего трудоустройства: банки, туризм, государственный сектор (данные по РК: государственный сектор, банки, туризм).
- Карьерные цели: на первом месте безопасность и стабильность, на втором благоприятная среда для развития, на третьем автономность и независимость.
- 10% студентов университета имеют свой стартап, 27% имеют частичную занятость, 42% работают в период летних каникул.
- Оценка качества карьерного центра в университете «Туран» 7,8 из 10 (средний балл по PK 7,1).
- Общий уровень удовлетворенности вузом -8,2 из 10 возможных (общий балл по стране -7,6).

При поддержке Ассоциации вузов Казахстана университет «Туран» стал базовым вузом (country delegate) по организации и проведению исследования в рамках глобального проекта GUESSS. Его цель — изучение предпринимательских настроений среди студентов. Он был инициирован швейцарским Университетом Санкт Галлен в 2003 году и сразу приобрел статус международного. В этом году глобальное исследование проводилось в седьмой раз, и в нем приняли участие сотни университетов и десятки тысяч студентов из 50 стран мира. Координирует этот большой международный проект д-р Филипп Зигер. Основные задачи проекта — оценка деятельности вуза в формировании деловых качеств у студентов, выявление соотношения зреющих и активных предпринимателей среди студенчества.

С 2013 года университет «Туран» — член движения ООН «Асаdemic Impact». Инициатива Организации Объединенных Наций «Взаимодействие с академическими кругами (ЮНАИ)» Департамента общественной информации является глобальной инициативой Генерального секретаря, направленной на расширение сотрудничества с высшими

учебными заведениями в поддержку целей Организации Объединенных Наций. Участие в инициативе дает университетам все преимущества членства в растущей сети студентов и ученых, занятых активной работой по организации мероприятий и проведению исследований в целях формирования единой глобальной культуры интеллектуальной ответственности перед обществом.

При поддержке Кластерного Бюро ЮНЕСКО в Алматы в университете «Туран» ежегодно проводится Модель ООН. Это международное движение, объединяющее школьников и студентов по всему миру. Школы и университеты устраивают подобные конференции и приглашают к себе делегатов из разных стран, создавая интернациональную среду для конструктивных дебатов. Эта деятельность способствует вовлеченности молодежи в обсуждение самых насущных проблем, которые решаются международным сообществом. Цели устойчивого развития – это центральная тема дебатов.

Совместно с ЮНЕСКО в 2017 году был также осуществлен финансируемый комитетом ООН проект празднования Всемирного дня свободы печати, в рамках которого был подготовлен и проведен круглый стол «Пути решения в кризисной ситуации: роль СМИ в продвижении мирного, справедливого, инклюзивного общества». В нем приняли участие директор Кластерного бюро ЮНЕСКО в Алматы Криста Пикатт, Консул Генерального Консульства РФ в РК Переверзева И.В., руководитель Информационного бюро ООН КБ ЮНЕСКО в Алматы Властемил Самек и другие.

С 2014 года университет «Туран» является штабом всемирной образовательной акции «Тотальный диктант» в г. Алматы. Проект направлен на популяризацию русского языка, в целом грамотности и является одним из крупнейших общественных просветительских проектов в своей сфере. Он инициирован Новосибирским государственным университетом, который ежегодно проводит Международную научно-практическую конференцию «Динамические процессы в русском языке».

В 2017 году в Тотальном диктанте приняли участие 86 стран мира и более 3 тысяч площадок. В Казахстане он прошел в 11 городах: Астана, Алматы, Караганды, Аксу, Костанай, Павлодар, Риддер, Семей, Темиртау, Актобе, Шымкент. На 36 площадках текст диктанта написали 2388 человек. Оценку «отлично» получил 181 казахстанец. Преимущественно организаторами являются представители университетов, школ и библиотек.

7 февраля 2017 года в Алматы на площадке университета «Туран» успешно прошел первый день Евразийского этапа Open Innovations

Startup Tour. Мероприятие было направлено на поиск и поддержку инновационных стартап-проектов в Казахстане. Организатором выступил Фонд «Сколково» (РФ) при поддержке Министерства по инвестициям и развитию РК, автономного кластерного фонда «Парк инновационных технологий» (Almaty Tech Garden) и университета «Туран».

К участию были приглашены стартапы, молодые ученые, разработчики, студенты и все, кто заинтересован в получении актуальной информации в области инновационного предпринимательства и новых технологий. По результатам Startup Tour в 2016 году Алматы стал вторым городом по количеству принятых от стартапов заявок.

5 декабря 2017 года прошел онлайн-форум «Лингвокультурные аспекты перевода» с участием преподавателей, студентов, магистрантов, аспирантов университета «Туран», Волгоградского государственного университета (Россия), Чжэцзянского университета иностранных языков (Китай). 27 декабря 2017 года состоялась совместная международная онлайн-конференция «Акция мира и согласия «Наследники Сталинграда» с представителями ВолГУ.

В Международном институте лидерства при университете «Туран» осуществлено два выпуска слушателей программы МВА «Стратегический маркетинг» МГУ им. М.В. Ломоносова.

Профессор Абуева Н.А. в качестве Visiting Professor читала лекции в Институте иностранных языков Чжэцзянского университета в течение осеннего семестра 2017-2018 уч. г. по проблемам межкультурной коммуникации.

В разработке находятся двудипломные программы с вузами России, Болгарии, Китая, Турции.

Ежегодно по академической мобильности выезжают студенты, магистранты и докторанты в страны ближнего и дальнего зарубежья для прохождения стажировок и обучения по специальности.

Таковы традиционные и инновационные формы и технологии взаимодействия университета «Туран» с зарубежными вузами и организациями, что намечает «точки роста», дает реализацию потенциала и высокую степень синергии.

Мультиплексные эффекты партнерства и сотрудничества университетов как демонстрация действия общественной дипломатии заключаются в следующем:

- 1) в трансфере новых образовательных технологий;
- 2) в совместной исследовательской деятельности;
- 3) в профессиональном обучении;

- 4) в производстве и/или освоении инновационных продуктов;
- 5) в укреплении мира, согласия, добрососедских отношений между Казахстаном и странами ближнего и дальнего зарубежья, и прежде всего, между государствами стратегическими партнерами наших стран.

### Список литературы

- 1. Хомерики В. Общественная дипломатия как важный фактор мироустройства // Русская народная линия [электр. ресурс]. Режим доступа:http://ruskline.ru/special\_opinion/2015/04/obwestvennaya\_diplomatiy a kak vazhnyj faktor miroustrojstva/. Дата обращения: 15.04.2015
- 2. Долинский А. Что такое общественная дипломатия и зачем она нужна России? [электр. pecypc]. Режим доступа: http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/chto-takoe-obshchestvennaya-diplomatiya-i-zachem-ona-nuzhna-/. Дата обращения: 12.09.2017.
- 3.Бахриев Б.Х. Публичная дипломатия в современном исследовательском дискурсе // Вестник ТГУПБП. Серия обществен. Науки. -2017. -№1 (70). -C.131-147.

#### University partnership as a form of public diplomacy

A.S. Buzelo
Turan University
a.buzelo@turan-edu.kz

The article deals with the notion of public diplomacy and the ambiguity of its definitions, describes the ways and forms of its implementation using the example of cooperation of the University "Turan" with universities and organizations of near and far abroad countries. We are also talking about the effects of such a partnership.

*Key words:* public diplomacy, partnership of universities, UNESCO, Triple Helix, Swedish company Universum, global project GUESSS.

УДК 659.4 (476)

# Паблик рилейшнз в реализации эффективного медиатранзита социальных идей

© 2018 г. *И.В. Сидорская* Белорусский государственный университет (Беларусь) sidorskay@bsu.by

В статье рассматривается значение паблик рилейшнз в реализации эффективного медиатранзита социальных идей, направленных на решение актуальных общественных проблем. Автор обосновывает концепцию ведущей роли PR-коммуникации в реализации такого медиатранзита, а также представляет результаты ее эмпирической верификации на примере трех белорусских проектов: «Осмоловка», «СИТі-театр» и «Минский полумарафон 2017».

*Ключевые слова:* Паблик рилейшнз (связи с общественностью), журналистика, информационное пространство, общественное мнение, социальная идея, социальная проблема, медиатранзит, медиакарьера.

Актуальность исследования определяется необходимостью пересмотра роли и значения паблик рилейшнз в модернизации информационного пространства и в целом социальной динамике. Паблик рилейшнз – органичный и полноправный участник современного информационного пространства. Он занимает в нем статусную позицию и оказывает влияние на деятельность других участников, оптимизируя ее. К сожалению, роль связей с общественностью недооценена и зачастую воспринимается чрезмерно критично. Традиционные подходы уже не соответствуют новому материалу, и в результате многие инновационные процессы в модернизации информационного пространства не отслеживаются либо получают предвзято негативную трактовку. Мы ставим цель доказать, что паблик рилейшнз оптимизирует коммуникационные взаимодействия и трансформирует информационное пространство в сторону плюрализма, гуманизма, достижения консенсуса. Модернизируя информационное пространство, а через него – общество, связи с общественностью выступают механизмом социальной динамики.

Методологической базой исследования выступает конструкционистский подход к социальным проблемам [1–3] и роли массмедиа [4–8], а также понимание паблик рилейшнз, во-первых, как общественного блага [9; 10] и, во-вторых, как деятельности по проектированию будущих состояний объекта [11–14].

Если до недавнего времени требования, идентифицирующие наличие социальных проблем, выдвигались в основном с помощью общественных движений, митингов, групп давления, с участием официальных лиц и правительственных органов, то сейчас для актуализации социальных проблем используются, прежде всего, информационно-коммуникационные технологии. На современном этапе наиболее актуальные и масштабные, затрагивающие каждого члена общества социальные идеи,

находят свою идентификацию через продвижение с помощью средств массовой коммуникации. Определенное положение дел может быть воспринято обществом как актуальная социальная проблема только при должном ее представлении в публичном пространстве с помощью медиасредств. Формируется постепенное понимание важности эффективного медиатранзита [7] социальной проблемы для ее успешного институционального решения: те изменения, которые достигались через реформу законодательства, но без общественного обсуждения, демонстрируют явно меньшую эффективность и меньшую значимость для общества по сравнению с теми, которые реализовывались через создание новых коммуникативных инструментов, подходов и тактик. В своих прогнозах эксперты отмечают рост публичности общественных организаций и других агентов изменений: «усилится коммуникативная составляющая: статьи, блоги, мнения, в том числе в социальных сетях» [15, с. 236].

Сегодня ведущая роль в попадании актуальных социальных идей в общественную повестку и реализации эффективного медиатранзита принадлежит паблик рилейшнз. PR-специалисты государственных, коммерческих, неправительственных организаций, общественных инициатив «чувствительны» к социальным проблемам и реализуют такую коммуникационную политику, которая способствует эффективному медиатранзиту.

В целях верификации данной гипотезы мы проанализировали за период с 01.01.2016 по 31.12.2017 гг. медиатранзит трех проектов, в которых субъекты изменений в лице специалистов / служб по связям с общественностью общественных, коммерческих (в формате корпоративной социальной ответственности) и государственных организаций поставили задачу актуализировать и решить, хотя бы частично, конкретную социальную проблему. Речь идет о защите микрорайона Осмоловка в Минске от масштабной реконструкции (общественная инициатива), семейном инклюзив-театре «І» («СИТі-театре»), в котором задействованы дети с аутизмом (корпоративная социальная ответственность мобильного оператора «Велком»), и проекте «Минский полумарафон 2017» — межсекторном взаимодействии органов государственной власти, коммерческих и общественных организаций в продвижении идеи здорового образа жизни.

Целью исследования стало выявление текущего состояния медиаконтента, посвященного тематике каждого кейса (количество упоминаний, качество характеристик), для определения степени успешности его медиатранзита. В качестве предмета исследования во всех трех случаях выступали:

- анализ PR-сопровождения проекта;
- информационные поводы что привлекло журналистов и медиаменеджеров, мотивировало их обратить внимание на ситуацию;
- тематические аспекты содержание публикаций, напрямую связанное с выделением их основных акторов;
- жанровые модели использование журналистами определенных структурно-функциональных моделей.

Согласно основной гипотезе нашего исследования, в подобных случаях медиатранзит будет осуществлен более успешно. Данная гипотеза подтвердилась в полном объеме, причем в случае с Осмоловкой мы получили завершенный медиатранзит, что представляет собой исключительный случай в практике постсоветской социальной журналистики. В целом, проведенное исследование основных единиц анализа публикаций - информационных поводов, тематических аспектов и жанровых моделей, используемых при освещении трех кейсов, свидетельствует об успешности их медикарьеры и стабильного, последовательного медиатранзита. Так, были выявлены широта информационных поводов, разнообразие и постепенное расширение проблемно-тематических аспектов, открывающихся в процессе исследования проблемы; вовлечение в информационное поле новых акторов; нарастание объема аналитических текстов; организация совместных проектов, в том числе со средствами массовой информации; сбалансированная активность разных медийных каналов и другое. Основную роль в достижении этой успешности сыграли богатые ресурсы общественных связей, используемые проектными командами для донесения своих идей до журналистов и оптимизации взаимодействия с ними. В результате кейс «Осмоловка» стал демонстрацией роли общественного мнения в сохранении городских территорий, проект «СИТі-театр» – иллюстрацией нанесения проблемы аутизма на карту общественного мнения, что позволило создать информационное поле об аутизме для его ранней диагностики, а значит, и лечения, а проект «Минский полумарафон 2017» стал иллюстрацией формирования «дискурса успеха» с помощью широкого межсекторного взаимодействия.

Таким образом, проведенное исследование подтвердило, что паблик рилейшнз актуализирует важные социальные проблемы, вводит их в общественный дискурс, делает «видимыми». Без PR-поддержки многие социальные проблемы не получили бы необходимого общественного внимания, не обрели бы в общественном мнении статус легитимных и тем более не получили бы институционального решения.

Сегодня структуры по связям с общественностью — не посредник между организациями и СМИ (обществом), а полноценный субъект информационного пространства, который формирует корпоративную коммуникационную стратегию и посредством ее реализации оказывает влияние на информационные потоки, а через них — на общество в целом. Средства массовой информации в сотрудничестве с PR-отделами организаций участвуют в управлении социумом, являясь механизмом обратной связи посредством сбора и анализа информации о функционировании общества, в том числе в результате принятых решений.

#### Список литературы

- 1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
- 2. Фуллер Р., Майерс Р. Стадии социальной проблемы // Контексты современности II: Актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории: Хрестоматия. 2 е изд., доп. и перераб. / Сост. и общ. ред. С. А. Ерофеева. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. С. 138–141.
- 3. Ясавеев И. Социальные проблемы и медиа: конструкционистское прочтение. LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2010.
- 4. Егоров А. Конструктивизм СМИ и общественная значимость: как белорусские медиа создают смыслы? Минск: Центр европейской трансформации, 2014. 15 с.
- 5. Елсукова Н.А., Купчинова Т.В., Рябая Г.С. Конструирование социальной проблемы в печатных СМИ // Социология. -2010. №1. С. 119–125.
- 6. Маркина В.М. Конструирование «других» в масс-медиа: теоретические подходы и методология анализа: дисс. ... канд. соц. наук:  $22.00.01.-M.,\,2017.-183$  с.
- 7. Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития: дис. . . . дра филол. наук: 10.01.10.-M., 2015.-439 с.
- 8. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие. М.: Высшая школа экономики, 2008.-451 с.
- 9. Сидорская И.В. Институт паблик рилейшнз в развитии социодинамических процессов в Республике Беларусь. Минск: БГУ, 2017.-199 с.

- 10. Сидорская И.В. Паблик рилейшнз как общественное благо // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2012. №3. С. 53—57.
- 11. Клягин С.Н., Осипова Е.Н. Игра в «классики»: методология PR-коммуникации и динамика научных парадигм // Актуальные проблемы теории коммуникации: Сб. научных трудов. СПб., 2004. С. 20–34.
- 12. Кожемякин Е.А. Современные медиадискурсы: специфика и проблемы когерентности // «Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования». І Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ, 1 4 апреля 2014 г.: Сб. науч. работ / Под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского, А. Г. Ходеева. Белгород, 2014. С. 57–62.
- 13. Кужелева-Саган И.П. Научное знание о связях с общественностью (PR): Философский анализ. М.: Либроком, 2011.-464 с.
- 14. Щукина Л. С. Перспективы использования системного и синергетического подходов в исследовании рекламных коммуникаций // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 1. С. 179–185.
- 15. Рябова Н. Исследовательские и аналитические центры // Белорусский ежегодник 2017: Сборник обзорных и аналитических материалов по развитию ситуации в Республике Беларусь в 2016 году. Вильнюс, 2017. С. 226—236.

# Public Relations in Implementation of Effective Media Transit of Social Ideas

I.V. Sidorskaya
Belarusian State University
sidorskay@bsu.by

The article examines the importance of public relations in the implementation of effective media transit of social ideas aimed at solving urgent social problems. The author substantiates the concept of the leading role of PR-communication in the implementation of such media transit and presents the results of its empirical verification on the example of three Belarusian projects: "Osmolovka", "CITi-theater" and "Minsk half-marathon 2017".

*Key words:* Public Relations, Journalism, Information Space, Public Opinion, Social Idea, Social Problem, Media transit, Media Career.

#### УДК 070

# "The Distant Other". A study of the media coverage of refugees: Were they seen, heard and understood?

© 2018 г. S. Bruras Volda University College, Norway sb@hiyolda.no

The so-called refugee crisis in 2015-16 was a major topic in the news media in several European countries. How did the news media cover the crisis? How were migrants depicted in news stories? Based on a quantitative and comparative content analysis, and leaning on the theoretical work of Roger Silverstone and Lilie Chouliaraki, this study examines to which degree the migrants were seen, heard and understood in the largest newspapers in Spain and in Norway. The study finds that most of the stories on the refugee crisis are about political and administrative issues, while far less attention is devoted to the migrants and their stories and opinions. The findings suggest that the news coverage favours the politicians more than those affected by the politics. – The presentation will include some reflections on potential cooperative research on the media coverage of migration, multicultural issues and on journalism in general.

*Key words*: Journalism, news production, news sources, refugees, migration, content analysis.

In the autumn of 2015, there was a sudden and considerable increase in the number of people seeking refugee status in Europe. While the total number of refugees arriving in Europe in 2014 was less than 300,000, the number rose to more than one million in 2015. It was in the everyday speech called "the refugee crisis".

Many of the migrants arrived in Italy and Greece after a dangerous journey across the Mediterranean Sea — a journey that has cost thousands of lives. The largest groups came from Syria, Afghanistan and Iraq. Many of them ended up in Norway – and even more in other European countries.

Together with colleagues in Barcelona, Spain, we decided to see how the refugees where represented in news media in Norway and Spain. How did they appear in the media? Where they seen as individual human beings, or as a threatening and faceless mass? Our material was collected from the largest newspapers in Spain and Norway, during a period of six months.

In the research literature [1–3], several studies have examined the media coverage of immigrants and asylum seekers. Two news frames have been identified as particularly important: Refugees as victims and refugees as threat. The first tends to represent the refugees as suffering and innocent victims of persecution, war or famine, seeking protection and safety; the other tends to represent the refugees as intruders and illegal fortune hunters, and as a threat to the culture, the security and the welfare system of the recipient country. Both frameworks represent a stereotype and an understanding of the refugee as 'the other', not one of us.

A few words on our own theorethical anchorpoint: We sympathize with Emmanuel Levinas and the "Ethics of Proximity". According to Levinas, the core of ethics is the meeting with The Other, the individual encounter – and when we meet the face of The Other, it forces itself upon us, which implies that the Other can not be generalized and categorized. The Other is an individual human being who stands before me, and I cannot escape the responsibility. I can not escape the moral obligation – and for Levinas, this is "First Philosophy", this is the prime condition for human communication, this is prior to any calculation of the consequences.

However, it is not easy to build a theory of media ethics upon Levinas, because news media cannot relate to every human being as an individual. The refugees appear on the screen – and for most of us, this is the only place they appear. We do not meet them elsewhere. We do not meet them face to face to hear their stories. But we meet them on news websites, on television and on our mobile devices. We watch them and hear them on the screen.

How, then, should the media represent and depict "The Other", in order to create a human and a mature interest and response among the public? How should the news media make sure that "The Other" will be seen, heard and understood?

Roger Silverstone is a media theorist who leans on Levinas, but who has a more realistic and useful approach to the applied ethics of the media. According to Silverstone, a relationship with a proper distance is what we need - and what the media coverage should provide. Recognizing that it is impossible to establish a personal relationship with the distant other, news media should avoid creating a constructed image of the other as 'the same', which he is not. It would be too close. Neither should they promote a representation of the other only as a part of the crowd, or as a stereotype. That would be too far. Somewhere in between is the moderate proximity, the proper distance, which will maintain the other through difference as well as through shared identity:

"Proper distance refers to the importance of the more or less precise degree of proximity required in our mediated relationships if we are to create and sustain a sense of the other sufficient not just for reciprocity but for a duty of care, obligation and responsibility as well as understanding" [4, p. 47].

This is where, in Silverstone's opinion, contemporary news media fail. They are captured by the stranger's spectacular and visible otherness, and they devalue the possibility of connection and identification. Thereby, they also fail to acknowledge plurality and the rights of the stranger [5].

So far on theory. Our biggest challenge was to apply Silverstones concept to a feasible research project. This is how we did it: We decided to do a quantitative and comparative content analysis, and we established eight different indicators – which also constitutes the research questions. The first three approach the written text, while the other five focus on the visual representation of the refugees.

- 1. **News frames**. How often have the refugees been at the centre of the stories concerning their situation?
- 2. **Geographic context**. Do these stories focus on national, international or global contexts?
- 3. **News sources**. How often have the refugees been heard?
- 4. Photos:
  - 4.1 How close/far are refugees being depicted?
  - 4.2 Are they portrayed in small/large groups or individually?
  - 4.3 Is there any visual contact with them?
  - 4.4 With whom do the refugees appear to be shown to interact?
  - 4.5 Are these pictures empathic, distressful or conflictive?

After developing a code book based on these questions, we coded our sample of 355 units / news items collected during a period of six months. 276 items appeared as news stories, the rest as opinion news.

Now a few of our findings.

### Finding 1: News sources

With respect to news sources, both newspapers relied mainly on politicians and governmental institutions as sources of information to report on refugees. More than 50 per cent of all news stories quoted politicians. These results contrast greatly with the minor role played by refugees themselves as sources of information. In fact, only in 16 per cent of stories published by El País and 9 per cent of those published by VG are refugees cited. Combined, these results emphasize that the general approach to the refugee's crisis has been mainly centred on the the political and administrative response to the arrival of millions of refugees to the continent. Far less attention has been devoted to listen to the voice of the refugees themselves.

Table 1: News sources

	TO- TAL	El País	VG
Sample: News without opinion news	276	131	145
	%	%	%
Politicians and governmental institutions	57,2	61,8	53,1
Business	2,2	-	4,1
Police/Military	10,9	5,3	15,9
News Media	20,7	21,4	20,0
International Organizations	23,9	36,6	12,4
Common people	9,1	12,2	6,2
Civil Society Institutions	17,8	22,1	13,8
Experts	14,5	7,6	20,7
Confidential Sources	9,1	14,5	4,1
Refugees	12,3	16,0	9,0
Other	4,7	4,6	4,8
None	3,3	4,6	2,1

This raises questions regarding the moral obligation of journalists to listen to the opinions of all those concerned in the news stories. Having migrant voices and listening to the communities that migrants and refugees have passed through are among the five-point guide for migration reporting put forward by the Ethical Journalism Network [6]. The findings of this study confirm that the newspapers hear neither the refugees nor common people to whom they could eventually relate (El País 12.2 per cent; VG 6.2 per cent).

### **Finding 2: Frames**

Immigration is a controversial political issue characterized by a multiplicity of news frames. Previous studies of media coverage of immigration have identified a few strong 'master-frames', including a human-interest frame, a threat frame, an economic frame, etc. In this study, we found it expedient to operationalize a set of predefined topical frames that allowed us to code the most salient theme of the story.

Table 2: News frames

	TOTAL	El País	VG
Sample: News without opinion news	276	131	145
	%	%	%
National policies on refugees	20,3	7,6	31,7
International policies on refugees	31,5	44,3	20,0
Humanitarian help home country	5,1	6,1	4,1
Humanitarian help abroad	7,6	8,4	6,9
Personal stories refugees home country	2,9	0,8	4,9
Personal stories refugees abroad	5,8	10,7	1,4
Death and suffering home country	0,7	0,8	0,7
Death and Suffering Abroad	5,1	7,6	2,8
Reactions against Ref. Home Country	1,8	0,8	2,8
Reactions against Refugees Abroad	4,0	3,8	4,1
Other	15,2	9,2	20,7

The most striking observation here is the fact that, in both newspapers, more than 50 per cent of the stories on the refugee crisis deal with politics, featuring politicians and political discussion, actions and decisions (El País 51.9 per cent; VG 51.7 per cent). The results from the two newspapers are almost identical on this point.

In comparison, the refugees themselves received considerably less attention than the politicians. Personal stories on the refugees count for only 11.5 per cent of El País's and 6.2 per cent of VG's stories.

So, again we find that the media coverage of immigration and refugees is focused on politicians and the bureaucracy, not on the people in question, the refugees.

### Findings 3: Visual reporting

The use of images played an important role in the reporting of the international refugees' crisis. In fact, out of the 276 news articles published between October 2015 and March 2016, 83.3 per cent were accompanied by photographs. Nevertheless, the presence of refugees in the visual reporting was far less impressive. In fact, only 33.3 per cent of the photographs included refugees. The absence of refugees in the vast majority of the pictures reflects the fact that both newspapers have focused their reporting on the political dimension of the crisis.

The type of shots reflects the distance (physical and symbolic) at which the newspapers depict refugees. They use either very wide shots, including a crowd or a group, or what we call mid shots. Close-up shots, depicting one or two refugees who makes eye-contact with the reader, were barely used.

Visual contact is a relevant symbolic indicator of the distance at which news media depict the other. People stare at the camera looking for our help, to communicate with us, to denounce, to accuse. In this sense, the absence of a visual contact with the camera broadens the distance between refugees and those who watch them through the images that depict them. In the case of the two newspapers, results show that there is very little visual contact with the camera.

### **Conclusion of our study**

The main purpose of this study was to assess the moral distance at which the two most read newspapers in Spain and Norway covered – in their online editions - the refugee crisis in Europe. Taken together, the findings of this study, which has examined the performance of the two newspapers over a period of six months, indicate that both El País and VG represented the refugee crisis at an improper distance, which does not foster 'a duty of care, obligation and responsibility as well as understanding', as Silverstone would require. Because:

- 1) The most frequently occurring frame in the coverage of the refugee crisis, in El País as well as in VG, is the political reaction to the crisis. In both newspapers, more than 50 per cent of the stories on the refugee crisis were about political and administrative issues. Only a minor share of the story depicted the refugees themselves.
- 2) By paying so much attention to the political debate on the refugee crisis and so little attention to the refugees themselves, news media suggest

that people do not need to worry nor to engage in political action, for all that should be done is already being done by those who can actually help.

- 3) Besides not being at the centre of news media coverage, refugees are barely ever listened to as sources of information. They are too far away for their voices to be heard. The power and the ability to communicate are not equally distributed among people and, and during a demanding situation like the refugee crisis, this becomes particularly visible. The politicians and the refugees are each at the extreme point of the scale: one is in a favourable position and has every opportunity to influence the discourse, the other has very few. To use Roger Silverstone's own words: the one is media-powerful, the other is media-weak.
- 4) And we can say it even stronger: By denying refugees the right to speak on their own issues and concerns, journalists show disrespect for a fundamental human right. And they also contribute to shape the image of refugees according to well known stereotypes. Either they are vulnerable victims, or sly fortune hunters, or missionaries for their religion, or even potential terrorists; refugee are never just human.

All in all, and considering some interesting exceptions, the findings of this study allow us to conclude that the coverage of the refugee crisis has represented sufferers improperly. This is mainly because it has constantly silenced them and shown them as a threat, and because it has focused excessively on the political debate around the crisis. Therefore we put as a title on our study: Improper distance.

Further thoughts. Research cooperation? Now I will change the perspective. Being in Nizhny Novgorod, I cannot avoid reflecting a bit on the potential and the possibilities for research cooperation. Now you know a little about what we are doing.

We live in different media traditions and contexts. The role of the journalists is not the same in our respective societies. It may even be apprehended differently within a national society. In Western Europe, the news media has an identity and a self-understanding as a critical corrective to the government, and as the so-called fourth power of estate who shall be a watchdog, and stay independent of the government and every other power in society. (Although, the ideals are not always fulfilled.) In other countries, the news media look different upon their role in society, for instance by tending to see their role as more supportive to the authorities and to political leadership. The media will cooperate with the government to achieve the positive goals for a better society. They will contribute to social harmony, an "ethic of community" and respect for leadership. We can discuss the benefits, advantages and disadvantages of different normative models and media paradigms. But anyway we

have to recognize that we live in a broad and many-colored journalistic world. Actually, throughout the world, there is a myriad of practises [7].

This provides opportunities for comparative media studies. What are exactly the differences and similarities? How do journalists comprehend their role in society? How do journalist students comprehend their future role and the business they are about to enter? What are the editors' professional self-image? Questions like this could be investigated by interviews, and answers from each country could be compared. By applying other methodological approaches, like content analysis, other issues and questions could be looked into: What are the news criteria? Who are the sources? What groups of people are allowed to speak in the news media? Which topics and fields of society appears to get the highest attention? What are the characteristics of the respective journalistic practises?

The diversity of cultural lenses and contexts must be considered as an enrichment. Comparative cross-cultural and cross-national media studies will have the possibility to achieve significant gains. The first is to broaden the researcher's own perspectives and views, and obtain extended knowledge about foreign media cultures. The second is to create understanding and mutual respect between different practises and normative models. The third is to investigate whether it is possible to define and formulate universal principles of media ethics. The fourth is to provide research-based critique of current media practices in our respective countries, and thereby contribute to improved standards and quality of journalism.

### References:

- 1. Chouliaraki L., Zaborowski R. Voice and community in the 2015 Refugee Crisis: A Content Analysis of News Coverage in Eight European Countries // The International Communication Gazette. 2017. № 79. P. 613-635.
- 2. Levinas E. Totality and Infinity. An Essay on Exteritoriy. Pittsburgh: Duquesne University Press, 1969.-308~p.
- 3. Van Gorp B. Where Is the Frame? Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue // European Journal of Communication. -2005. -N 20 (4). -P. 484–507.
- 4. Silverstone R. Media and Morality. On the Rise of the Mediapolis. Cambridge: Polity Press, 2007. 215 p.
  - 5. Ibid.

- 6. Ethical Journalism Network (n.d.): Ethical Guidelines on Migration Reporting. Retrieved from: http://ethicaljournalismnetwork.org/resources/infographics/ethical-guidelines-on-migration-reporting. Retrieved: 30.12.2017.
- 7. Deuze M., Witschge T. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism // Journalism. -2018. No19 (2). -P. 165-81.

# «Далекие другие». Проблемы освещения беженцев в СМИ: Взгляд исследователя

Свайн Брурос Университет Волда, Норвегия sb@hivolda.no

Осенью 2015 года произошло резкое и значительное увеличение числа людей, ищущих статус беженца в Европе. Хотя общее число беженцев, прибывающих в Европу в 2014 году, составляло менее 300 000 человек, в 2015 году их число превысило один миллион. В повседневной речи этот феномен получил название «миграционный кризис». Вместе с коллегами из Барселоны и Испании мы решили посмотреть, как проблемы беженцев представлены в средствах массовой информации в Норвегии и Испании. Как они появились в СМИ? Представлялись ли они как отдельные люди или как угрожающая и безликая масса? Наш материал собирался из крупнейших газет Испании и Норвегии в течение шести месяпев.

*Ключевые слова*: журналистика, производство новостей, источники новостей, беженцы, сравнительные медиаисследования.

УДК 070.1

# Новые медиа в системе этнической коммуникации в Нижегородской области

© 2018 г. С.Н. Кедяркин Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского skedyarkin@yandex.ru

В данной публикации рассматриваются новые медиа в системе этнических коммуникаций в Нижегородской области. Автором анализируются основные функции и форматы этнических коммуникаций, их роль в системе национального и межнационального взаимодействия в Нижегородской области.

*Ключевые слова:* новые медиа, социальные сети, сайты, этнические коммуникации, межнациональные отношения.

Процессы активного развития информационно-коммуникационных технологий приводят к качественной и количественной трансформации традиционных форм коммуникации, и, как следствие, к изменению системы социальных отношений. Указанные процессы обусловили создание особой сферы коммуникаций — «новых медиа», возникших под влиянием цифровых компьютерных технологий в сети Интернет, в частности, многочисленных сайтов и социальных сетей.

В научной литературе можно встретить множественность определений термина «новые медиа». Профессор МГУ Л.М. Землянова предлагает термин «новые электронные медиа», которые основаны на применении компьютерной техники и образуют информационные супермагистрали, пользоваться которыми могут не только профессионально подготовленные журналисты, но и все имеющие к ним доступ граждане. [1].

Отличительной особенностью новых медиа от традиционных считаются интерактивность и возможность реципиентов информации превращаться в ее отправителей. Растущая популярность данных онлайн-ресурсов, с одной стороны, объясняется тем, что они функционируют как средство общения и распространения мнений, знаний, а с другой — обеспечивают бесплатный доступ к медиаконтенту.

Многообразие создаваемых форматов коммуникации — сайтов и социальных сетей, их растущая популярность обуславливают актуальность изучения специфики этнических коммуникаций в виртуальном пространстве Интернета.

При всем разнообразии выходящих публикаций до настоящего времени тема этнических коммуникаций в виртуальном пространстве Интернета остается недостаточно проработанной.

Объектом нашего исследования являются «новые медиа» — сайты средств массовой информации Нижегородской области (печать, теле- и радиокомпании), сайты национально-культурных объединений Нижегородской области, социальные сети Вконтакте, Одноклассники, содержащие значительный пласт этнической информации.

В ходе исследования удалось установить, что новое виртуальное пространство наряду с традиционными форматами коммуникации является важным ресурсом этнокультурного развития, сохранения и поддержания национальной идентичности. Следуя веяниям времени, новые вир-

туальные площадки, в том числе нацеленные на систему межнационального взаимодействия, создаются печатными и телевизионными СМИ Нижегородской области, что отражает их интерес к обозначенной теме.

В качестве площадок для этнических коммуникаций можно рассматривать сайты СМИ районов с компактным проживанием татар, мордвы, марийцев, чувашей — «Красное знамя» (Тонкино), «Лукояновская правда», «Сергачская жизнь», «Край родной» (Тоншаево), «Сельская трибуна» (Пильна), «Сельские вести» (Уразовка), «Туган як» («Родной край») (Сергач).

Материалы сайтов рассказывают о деятельности национальнокультурных автономий районов, национальных праздниках Сабантуй, Акатуй, фестивалях народного творчества Шочмо мланде и Лисмапря, истории и национальной самобытности народов, обращаются к выдающимся представителям народов, рассказывают о проводимых на территории районов научно-просветительских мероприятиях. Сопровождаемые фото- и видеоматериалами, они содержат традиционную, легко узнаваемую национальную символику и атрибутику. Такие материалы обладают значительным культурно-просветительским характером, служат делу трансляции национальных ценностей и сохранению исторической преемственности поколений.

Важной отличительной особенностью публикаций СМИ является то, что создаются они по законам профессионального журналистского творчества и проходят процедуру тщательного отбора и редактирования.

Заметную роль в системе межнационального взаимодействия играют региональные телекомпании — ГТРК «Нижний Новгород», «ННТВ» [2], «Волга» [3], «Первый Городской», размещающие на своих сайтах видеоконтент на темы межнациональных отношений. Тематика и жанровая палитра материалов разноплановы: сюжеты новостных программ, посвященные теме этнокультурного развития народов области, тематические передачи, актуальные интервью по различным вопросам межнациональных и межконфессиональных отношений, концертные программы.

Так, сайт телекомпании «ННТВ» располагает видеоматериалами с разнообразной этнической информацией: «Традиционный гала-концерт Региональной национально-культурной автономии татар прошел в Нижнем Новгороде», «Фестиваль мордовской национальной культуры «Лисмапря» прошел в Лукояновском районе», «Нижегородские иудеи отмечают Хануку», «В Нижнем Новгороде впервые прошел межнациональный фестиваль «Старый Новый год», «Конгресс народов России открылся в Нижнем Новгороде» и многие другие.

На сайте телекомпании «Волга» по итогам телевизионных эфиров размещается цикл программ «Нижегородский взгляд», также расширяющий этнический дискурс и тему межнационального взаимодействия.

Данные сюжеты и проекты телекомпаний отдельными штрихами стремятся создать объемную картину, позволяющую зрителям заглянуть в национальную самобытность народов, приобщиться к их культуре и традициям, узнать, чем сегодня живут этносы и что общего существует между ними. Во многом объективность и серьезность подхода в разработке СМИ национального вопроса позволяют избежать односторонности в подаче этнической информации, а также разного рода информационных спекуляций.

В последнее десятилетие в виртуальном пространстве Интернета создан целый ряд сайтов национально-культурных объединений региона как площадок для осуществления особых этнических коммуникаций: Региональной национально-культурной автономии татар Нижегородской области (РНКАТНО) [4], Местной чувашской национально-культурной автономии г. Н. Новгорода [5], Национально-культурного центра народов Дагестана [6], Нижегородской армянской общины [7], Еврейской общины [8], а также многих национальных творческих коллективов региона. Эти ресурсы различны по структуре, содержательному наполнению, характеру размещаемой информации, периодичности ее обновления.

Сайты национальных сообществ — это своеобразные социальные микроинституты, создаваемые по своим законам и выполняющие определенные социальные функции. Их главная цель — презентация национальной общины, рассказ об истории, культуре и традициях своего народа, выдающихся исторических деятелях, формирование своеобразного национального уголка народа, предназначенного для объединения представителей этноса.

Наиболее интересным с композиционной и содержательной стороны представляется сайт Нижегородской армянской общины. Он обладает удобной навигацией, большим количеством разнообразной информации об общине, армянах, творческом коллективе. Что немаловажно, сайт периодически обновляется. Кроме того, данный ресурс выполняет функцию социализации прибывающих в Россию граждан, служит средством дистанционного общения представителей армянского народа.

В отличие от сайта армянской общины сайт РНКАТНО отличается некоторой хаотичностью структуры и содержания. Прежде всего, обращает на себя внимание несоответствие заголовка сайта содержанию (материалы РНКАТНО размещены на ресурсе под названием «Сайт национально-культурных объединений Нижегородской области»). Вместе с

тем символика главной страницы, а также названия рубрик позволяют безошибочно соотнести информационный ресурс с национальной спецификой татар. К числу недостатков сайта следует отнести нерегулярность его обновления.

К специфической особенности сайта следует отнести сопряженность этнического и религиозного дискурсов. Материалы о состоянии дел в национальной общине чередуются с информацией о деятельности Духовного управления мусульман Нижегородской области.

Такая сопряженность отмечается и на сайте Нижегородской еврейской общины. Однако здесь материалы этнического и религиозного дискурсов разделены в специализированные блоки.

Вместе с тем можно отметить и общность сайтов с точки зрения выполняемых функций. Функцию трансляции национальной культуры и воспроизводства этнонациональной идентичности на указанных сайтах выполняют:

- национальная атрибутика и национальные символы, размещаемые на главной странице;
- многочисленный аудио- и видеоконтент, сопровождающий текстовые сообщения по итогам проведенных мероприятий, нацеленных на сохранение и развитие национальной культуры народов, а также аудио- и видеоконтент с национальной музыкой;
- материалы о наиболее значимых этапах истории, выдающихся представителях народов, краеведческая информация;
- информация о национальной кухне (рецепты блюд, мастерклассы);
  - образцы архитектуры, памятники истории и культуры и т.д.

Практически на всех сайтах можно найти информацию, касающуюся оказания социальной помощи и поддержки.

На ряде сайтов содержатся ресурсы, нацеленные на сохранение национального языка. Например, сайт Местной чувашской национально-культурной автономии содержит видеоуроки «Учим чувашский язык».

Вместе с тем, композиционное и содержательное наполнение сайтов требуют существенной доработки. Возникает ощущение их статичности и ограниченности. Одной из возможных причин слабой поддержки и ведения сайтов является отсутствие соответствующих специалистов. Вполне естественно, что это влияет на восприятие сайтов и организацию взаимодействия внутри общин, а также на рассмотрение сайтов в качестве активной коммуникативной площадки.

Вместе с тем, учитывая отсутствие альтернативных источников информации о жизни этносов, сайты являются порой единственным ресурсом, благодаря которому происходит информирование граждан о состоянии дел в общине, интеграция народов, сохранение и поддержание илентичности.

Особая роль в системе этнической коммуникации и интеграции народов принадлежит наиболее популярным социальным сетям ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и др., которые «позволяют этносу сохранять свою культурную идентичность, репрезентовать свое глобальное национальное присутствие в мире» [9].

Социальные сети позволяют нивелировать пространственно-временной фактор коммуникации и организовать специфическое пространство социальной коммуникации. Созданные этносообщества в социальных сетях — это пространство ежедневной коммуникации и, в отличие сайтов, не требуют организационных и финансовых затрат.

В результате инноваций сформировались многочисленные онлайновые сообщества народов и этнических групп, проживающих в Нижегородской области, например, РНКАТНО, Местной национально-культурной автономии татар г. Н. Новгорода, «Нижегородские чуваши, объединяйтесь!!!», Нижегородской еврейской общины, «Азербайджанцы в Нижнем Новгороде» и целый ряд других. В качестве сообществ создаются и аккаунты руководителей национальных объединений и творческих коллективов региона.

Большая ориентированность таких групп на молодежь во многом обуславливает специфику их структуры и содержания, выполняемых задач и функций, а также информационную повестку и основные содержательные форматы.

Проведенное исследование социальных сетей, созданных нижегородскими сообществами пользователей, позволило выделить основные содержательные форматы:

- 1. Координация деятельности национальных сообществ и анонсирование мероприятий, проводимых национальными объединениями, национальных и религиозных праздников.
- 2. Оказание помощи и услуг в сфере сохранения и развития национальных культур.
- 3. Поддержание культурных связей диаспоры с исторической родиной, трансляция национальных новостных поводов.
- 4. Сохранение национальной языковой компетенции через общение в ленте активности, группах и сообществах, в том числе часто и на национальном языке.

Эмоциональная поддержка и выражение этнической солидарности.

Трансляция национальных культур происходит путем размещения постов, содержащих информацию по истории народов, описания быта, национальных обрядов и обычаев, национального костюма, сведения о подготовке и проведению национальных праздников.

Такая информация появляется в связи с приближением особо почитаемых памятных, праздничных дат: Сабантуй, Курбан и Ураза байрам, Акатуй, Ханука, Навруз байрам и ряда других. Так, в группе Еврейское молодежное движение для ребят 12-16 лет размещается информация об особенностях подготовки к празднованию особо почитаемых евреями дат (Пурим, Ханука и другие).

В группе РНКАТНО в сети Вконтакте можно найти цикл сообщений и мастер-классов по истории национального костюма и национальной кухне. В постоянном режиме в этносообществах размещается информация о выдающихся представителях народов (деятели науки и культуры, спортсмены и т.д.). Значительный объем сообществ занимают аудио- и видеотреки с национальной музыкой («Нижегородские чуваши, объединяйтесь!!!», РНКАТНО).

Целям трансляции народной мудрости в группах служат посты, содержащие притчи, религиозные наставления, цитаты и изречения великих людей, этнографические очерки, выдержки из исторических документов и исследований. Такие публикации несут важный смысловой заряд для понимания национальной самобытности, а также создают специфическое жанровое многообразие публикуемых текстов.

Важное место в этносообществах занимает информация о национальных видах спорта (МНКА татар г. Н. Новгорода) и поддержании здорового образа жизни (Нижегородская еврейская община).

Примечательной особенностью пользовательского контента является трансляция живого общения пользователей на национальном языке. Она может осуществляться в диалоговой форме между пользователями, а также посредством размещения аудио- и видеоматериалов с национальной музыкой, выступлениями национальных исполнителей и творческих коллективов, которые также сопровождаются комментариями и отзывами на национальном языке. Такое «оживление» этносообществ способствует сохранению и популяризации национальной языковой компетенции.

Акцентирование внимания пользователей на данной информации способствует сохранению исторической преемственности поколений,

выработке ценностных установок, смыслов в отношении национальной культуры, несет культурно-просветительский характер.

Непременным атрибутом этносообщества является развлекательный контент: анекдоты, шутки, стихи, пародии, в том числе имеющие национальный колорит.

Трансляция национального опыта народов способствует значительный пласт фотоматериалов, сопровождающих текстовые сообщения о деятельности национальной общины: межнациональные фестивали «Мосты дружбы», еврейская Ханука, презентация местной чувашской автономии г. Н. Новгорода. Встречаются фотоматериалы в так называемом жанре «визуального ностальжи» из прошлого народов, вызывающие активное участников сообщества, пользовательские фотозарисовки и фоторепортажи мест компактного проживания народов.

Важную роль в системе этнокультурной интеграции выполняют анонсы предстоящих событий: концертных программ, например, татарского ансамбля «Туган як моннары», чувашских и азербайджанских творческих коллективов, анонсы национальных фестивалей, конференций, съездов, круглых столов. Это могут быть баннеры, а также текстовые и видеоанонсы.

Размещение визуального контента представляется чрезвычайно важным для национальных культур. От характера размещаемой этнической информации зависит формирование эмоционального фона группы — позитивного или негативного, созидательного или разрушительного. Кроме того, размещаемый материал обусловливает характер транслируемых и формируемых идей, отношений относительно развития национальной культуры, межнационального взаимодействия. Проведенный мониторинг показал, что анализируемые ресурсы несут позитивный настрой и энергетику и не содержат националистических и экстремистских настроений.

Даже размещение фото и видео способствует расставлению акцентов, донесению соответствующего содержания, тенденциозности, формированию определенных смыслов.

Видеоконтент, содержащийся в этнических сообществах, значительно уступает фото- и графическим материалам, но несет не менее важную смысловую нагрузку в деле трансляции национальных культур. Безусловно, это пользовательский видеоконтент, посвященный событиям жизни простых людей, общины. Однако можно встретить и профессиональный контент, например, видеосюжеты нижегородских и чувашских телекомпаний о нижегородских чувашах в группе «Нижегородские чуваши, объединяйтесь!!!».

Подводя итоги сказанному, следует отметить, что процессы развития Интернет-технологий не обошли стороной сферу этнических коммуникаций, межнациональных отношений и оказывают на состояние и развитие национальных культур определенное влияние. Переход этнических коммуникаций из традиционных форматов в новое виртуальное пространство становится яркой тенденцией. Сфера этнокультурного развития получает новое звучание, связанное с неограниченными возможностями интернет-технологий.

Расширяется этнический дискурс, способствующий дальнейшему развитию и популяризации этнокультурного развития народов, усилению интереса к национальным культурам, формированию национальной гордости, форм трансляции национального опыта, сохранению исторической преемственности поколений и укреплению национальной идентичности.

Социальные сети становятся мощным механизмом интеграции представителей народов в единую общность. Вместе с тем опыт создания этнических сообществ в сети Интернет национальных объединений Нижегородской области требует дальнейшего внимания и серьезной доработки.

### Список литературы

- 1. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.-416 с.
- 2. Сайт телекомпании ННТВ. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://nntv.tv. Дата обращения: 15.02.2018.
- 3. Сайт телекомпании Волга. [электр. ресурс]. Режим доступа: https://www.volga-tv.ru/. Дата обращения: 15.02.2018.
- 4. Сайт национально-культурных объединений Нижегородской области. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.nizgar.ru/. Дата обращения: 15.02.2018.
- 5. Сайт Местной чувашской национально-культурной автономии г. Нижнего Новгорода. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.chnkann.ru/. Дата обращения: 15.02.2018.
- 6. Сайт Национально-культурного центра народов Дагестана. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://dagestanzentr-nn.ru. Дата обращения: 15.02.2018.
- 7. Сайт Нижегородской армянской общины. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://arm-nn.ru/ru. Дата обращения: 15.02.2018.

- 8. Сайт Нижегородской еврейской общины. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.evreinn.ru/. Дата обращения: 15.02.2018.
- 9. Назарчук А.В. Этнические сети в глобальном обществе // Личность, культура, общество. М.: Автономная некоммерческая организация «Независимый институт гражданского общества», 2011. Том XIII. Вып. 3. С. 165–171.

# New media in the system of ethnic communication in Nizhny Novgorod region

S.N. Kedyarkin
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod
Skedyarkin@yandex.ru

In this publication, new media are considered in the system of ethnic communications in the Nizhny Novgorod region. The author analyzes the main functions and formats of ethnic communications, their role in the system of national and interethnic interaction in the Nizhniy Novgorod region.

*Key words:* new media, social networks, websites, ethnic communications, international relations.

УДК 316.77

# Особенности политического дискурса Дональда Трампа в социальной сети Twitter (2016 – 2018 гг.)

© 2018 г. *И.Б. Архангельская* Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского arib@bk.ru

Социальные сети представлены как часть медиаландшафта и вид СМК, проанализирована их специфика, выделены характерные черты, среди которых глобальный характер и нишевость, визуализация и интерактивность. Рассмотрены особенности политического дискурса Дональда Трампа в сети Twitter в период 2016 — 2018 гг. На основе проведенного анализа автор приходит к выводу о необходимости обсуждения формализации политических коммуникаций в социальных медиа.

 $\mathit{Ключевые\ слова:}$  социальные медиа, социальные сети, политические кампании в США, Twitter, Дональд Трамп.

Социальные сети стали неотъемлемой частью современного медиаландшафта. Идея Маршалла Маклюэна о превращении нашего мира в одну «глобальную деревню», где все «происходит одномоментно» [1, с.

63], находит свое воплощение в Интернет-среде. Известная маклюэновская фраза «medium is the message» («средство коммуникации является сообщением») подсказывает нам, что каждый вид медиа по-своему определяет характер и содержание посланий.

В 1960 – 1980-е гг. телевидение было основным каналом коммуникации политических лидеров со своими аудиториями; при этом у несистемных политиков было немного способов донести свое сообщение до электората. В 2000-е гг. ситуация изменилась. По словам Льва Мановича, в XXI веке программное обеспечение берет на себя управление («Software takes command») [2], и ПО становится сутью сообщения («software is the message») [3]. В этих условиях кандидату во время кампании можно бороться за голоса избирателей не только в телеэфире, но и в социальных сетях, которые предоставляют возможность выхода на массовую аудиторию.

В наши дни каждый политик понимает необходимость иметь аккаунт в социальных сетях и общаться с избирателями через онлайн-ресурсы. В США ключевыми инструментами продвижения в сети Интернет, помимо персонального сайта, являются:

- группы Facebook, Instagram;
- публичные страницы Facebook, Instagram, Google+;
- мероприятия Facebook, Instagram;
- «персонажи» (аккаунты) в социальных сетях;
- микроблоги, хэш-теги в Twitter;
- каналы YouTube;
- таргетированные кампании продвижения в социальных сетях (Facebook, Instagram).

Теряют популярность блоги и дневники на платформах Livejournal, Wordpress, LiveStreet.

Рассмотрим особенности социальных сетей как средства массовой коммуникации. При современных технологиях и наличии интернет-соединения легко зайти на страницу или в группу социальной сети с любого носителя в любой точке мира при условии, что владельцы открыли вам доступ к своему ресурсу. Социальные сети, как сетевые ресурсы, имеют глобальный характер, но они создаются под определенную аудиторию, поэтому их можно также отнести к нишевым СМК.

Дуализм соцсетей (глобальность и нишевость) находит выражение и в характере коммуникации. В них можно найти «черты универсального, всепланетного кода», что точно подметила Э.М. Спирова [4]. Это находит выражение в едином протоколе и правилах общения, в том числе в

языке эмотиконов, а также в постоянно возникающих символах, с помощью которых пользователи из разных стран выражают свое отношение к происходящим событиям и дискуссионным проблемам. Система знаков в новых медиа помогает людям выразить свои взгляды, дает возможность найти единомышленников, виртуальных друзей, и это является несомненным преимуществом социальных сетей по сравнению с другими каналами массовой коммуникации.

Визуализация является неотъемлемой частью всех новых медиа, что неоднократно отмечали исследователи. Контент в соцсетях представлен не только в текстовом и аудиоформатах, но также в виде визуальной информации (графиков, рисунков, фотографий, видеоматериалов). Без визуализации сетевой текст теряет свою привлекательность, становится менее заметен. Удачная фотография или картинка способны не только собрать аудиторию, но и вызвать эмоции, навязать свою игру.

Однако изобилие информации, в том числе в социальных сетях, усложняет процесс привлечения внимания к своему ресурсу. Креативность текста и его визуального сопровождения способны увеличить трафик на сетевом ресурсе.

Важной чертой социальных медиа является их интерактивный характер. Это облегчает работу, помогает оперативно оценить эффективность как канала коммуникации, так и контента, продумать, кто может быть оптимальным коммуникантом, в онлайн-режиме получить обратную связь и исправить ошибки, если они есть.

Большое значение в социальных сетях имеет скорость распространения информации. События могут в течение часа стать достоянием мировой общественности, а информация будет распространяться по экспоненте.

В политической сфере социальные медиа также имеют свои преимущества и недостатки. К достоинствам можно отнести доступность ресурсов (отсутствие правовых барьеров и законодательных ограничений, относительная дешевизна), возможность легко выйти на целевую аудиторию и быстро оценить эффективность коммуникации (число просмотров, количество и качество контактов, откликов, лайков, репостов), установление обратной связи и оперативное реагирование на комментарии. К тому же текстовая информация, аудио- и видеоматериалы в Сети открыты для пользователей круглосуточно: нет необходимости подключаться к ресурсу в определенное время, за исключением эксклюзивных анонсов и выступлений. Это несомненное удобство интернет-ресурсов.

Однако доступность среды в новых медиа часто приводит к тому, что в группы или персональные аккаунты лидеров мнений проникают

негативно настроенные пользователи, которые привносят в дискурс свою повестку дня, поэтому в большинстве онлайн-ресурсов ведущих политиков существует модерация: негативные и оскорбительные посты и реплики могут быть удалены. Распространение «фальшивок» также стало популярной технологией

Современный политик должен присутствовать в социальных медиа, проблема в том, чтобы выбрать оптимальный ресурс и формат общения с избирателями.

Впервые социальные медиа стали активно использоваться в президентской кампании в США в 2008 году. Барак Обама был первым, кто активно собирал сторонников через интернет-ресурсы, при этом особое внимание он уделял возможностям платформы YouTube. Видеоматериалы с участием Обамы собирали до 14,5 млн. просмотров [5]. Такое количество контактов могло дать только телевидение в прайм-тайм.

В президентской избирательной кампании 2012 года социальные медиа стали важным каналом коммуникации. Кандидаты активно использовали Facebook, Twitter, Instagram, YouTube. Так, Барак Обама разослал видео, в котором сообщал о своем решении баллотироваться на пост президента на второй срок по 13 млн. электронных адресов [5]. Другие кандидаты заявляли о своем решении вступить в президентскую гонку со своих страниц в сетях Facebook, Twitter.

В президентской кампании 2016 года социальные медиа приобрели большее значение. Они предоставляли кандидатам площадку для выступления с программными заявлениями, выражения и своих мнений, и обсуждения с избирателями различных актуальных вопросов. Впервые соцсети гарантировали выход на узкие группы людей, давали возможность проведения таргетированных мероприятий.

Вместе с тем в 2016 году была апробирована технология распространения «фейковых» новостей через социальные медиа с целью лишить ведущих кандидатов широкой поддержки избирателей.

Дональд Трамп понимал возможности управления общественным мнением с помощью социальных сетей задолго до того, как принял решение баллотироваться в президенты США. Успешный бизнесмен и шоумен, он использовал Facebook и Twitter в рамках различных бизнес-проектов, в том числе шоу «Кандидат» (The Celebrity Apprentice, 2004). Вероятно, характер неформального общения и возможность мгновенно получить обратную связь привлекали его в социальных медиа.

Для Хиллари Клинтон основным каналом коммуникации с избирателями стало телевидение: она хорошо смотрелась на экране, каждая

ее фраза была осторожна и продумана. Однако при общении в социальных сетях она проигрывала, этот вид медиа был для нее менее органичен. Записи Клинтон в социальных медиа носят официальный характер, но не вызывают столько эмоций и откликов, сколько сообщения Трампа. Любой твит Трампа широко обсуждается и комментируется. Даже недописанное слово «covfefe» в сети Twitter 31 мая 2017 года породило дискуссию о содержании сообщения и шутки о возможном скрытом письме, предназначенном для русских.

На телевидении самыми популярными каналами во время избирательной кампании 2016 года были Fox News, NBC. Но телевидение вовлекало американцев в политику в основном в прайм-тайм, в то время как социальные сети предоставляли интересный контент для обсуждения 24 часа в сутки. И Дональд Трамп активно использовал интернет-коммуникации.

Критики полагают, что говорящая «правильные» речи Хиллари Клинтон выглядела как робот, а невыдержанный, эмоциональный Трамп на ее фоне выглядел «реальным» и человечным [6]. Он говорил понятным языком о простых вещах, которые волновали среднего американца: налоги, последствия вывода бизнеса и капитала за рубеж, проблемы при создании рабочих мест для граждан США, опасность миграционных процессов, необходимость пересмотра новаций в системе здравоохранения по программе «Оbamacare». На телевидении Трампу не удавалось сказать все, что ему хотелось (не позволяли формат и временные рамки), поэтому он активно работал с избирателями в социальных медиа. В рамках политического дискурса в сетях Facebook и Twitter Трамп позволял себе делать грамматические ошибки, опечатки [6]. Но именно это «живое» общение, которое свидетельствовало о том, что кандидат-республиканец сам пишет послания в социальных медиа, привлекало большое количество пользователей.

Некоторые грубые и эпатажные заявления Трампа по поводу строительства стены на границе с Мексикой и ликвидации новаций предыдущего президента Обамы в системе здравоохранения вызывали широкий общественный резонанс. Споры и столкновения сторонников и противников Трампа в социальных сетях способствовали росту интереса к программе республиканского кандидата, в то время как официальный язык представителя демократической партии был менее интересен.

Хиллари Клинтон (incumbent) была зажата рамками предыдущего опыта работы в команде Б. Обамы в качестве государственного секретаря, ей постоянно приходилось отвечать за ошибки и промахи предыдущей администрации как во внешней, так и во внутренней политике. Она

держалась уверенно и была настроена на победу, но не могла вести дискуссии в стиле Трампа: агрессия и эпатаж нивелировали бы ее достижения в команде Обамы и диссонировали бы с ее образом влиятельной женщины и матери.

Ключевым средством коммуникации Дональда Трампа с различными группами общественности стала социальная сеть Twitter, которая заставляет пользователей выражать свои мысли кратко, помня о лимите в 140 слов. Во время выборов 2016 года Трамп, новичок (challenger), выбрал среду, в которой чувствовал себя комфортно, и его противникам-республиканцам, демократам, сторонникам, поклонникам и ярым критикам пришлось принять условия игры и также активизировать работу в Twitter.

Трамп участвовал в президентской кампании 2016 года как кандидат от республиканской партии, оставаясь при этом несистемным политиком. Он общался с избирателями в социальных сетях как шоумен, которому многое позволено, и звезда, которой есть что сказать. Возможно, легкость и одновременно агрессивная жесткость и невежливость политика объясняется тем, что до дня голосования мало кто, включая самого Трампа, верил в его победу, поэтому политик позволял себе некоторые резкие и некорректные высказывания в традиционных и новых медиа. Но именно этот формат общения помог политику отстроиться от конкурентов.

После инаугурации Трамп продолжил активно писать в Twitter. Каждая запись в микроблоге вызывала реакцию как в США, так и далеко за пределами страны. Когда эпатаж и резкость могли быть частью коммуникационной стратегии претендента на высокий пост, это было уместно. Однако оскорбительные твиты в адрес оппонентов из демократической партии, лидеров других стран начали подрывать институт президентства США.

Любопытное исследование содержания твитов Дональда Трампа провел Д. Робинсон, специалист по работе с данными. Ему показалось, что записи Трампа имеют разных авторов. Проанализировав 628 твитов, написанных с iPhone, и 762 – с Android, ученый пришел к выводу, что в первом случае твиты писали помощники Трампа, во втором случае – он сам. При этом твиты с iPhone позитивны и не содержат резких замечаний. Твиты с Android иногда саркастические, иногда гневные и оскорбительные по отношению к оппонентам, Робинсон пришел к выводу о том, что позитивные твиты пишут помощники, а эмоциональные – сам политик [7]. Штаб Трампа не опроверг результаты исследования.

Приняв во внимание выводы Робинсона, можно разделить твиты Трампа на две группы. Позитивные сообщения из первой группы напоминают официальные хроники, эмоциональные записи раскрывают «горячий» характер автора, но именно они увеличивают интерес аудитории к аккаунту президента США. Широкое обсуждение твитов Трампа в Сети, в офлайн СМИ, на политических саммитах и офисах граждан по всему миру является свидетельством того, что политику удалось сделать новое средство коммуникации продолжением себя. Но без авторских сообщений популярность ленты Трампа была бы значительно ниже.

Таблица 1. Примеры позитивных и негативных твитов Д. Трампа 2016 – 2018 гг. (Donald J. Trump@realDonaldTrump)

Позитивные формальные твиты	Эмоциональные негативные твиты
Трампа	Трампа
«Such a great honor to be the	«The media is going crazy. They totally
Republican Nominee for President of	distort so many things on purpose.
the United States. I will work hard and	Crimea, nuclear, "the baby" and so
never let you down! AMERICA	much more. Very dishonest!» Aug 8,
FIRST!» July 19, 2016.	2016
«Такая огромная честь был	«Медиа сходят с ума. Они
кандидатом в президенты США от	полностью намеренно многое
республиканской партии, Я буду	исказили. Крым, ядерный,
упорно работать и никогда вас не	«младенец» и многое другое. Весьма
подведу! АМЕРИКА прежде всего!	бесчестно!»
19 июля 2016.	8 августа 2016.
«Thank you Windham, New	«Crooked Hillary Clinton blames
Hampshire!» Aug 6. 2016.	everybody (and every thing) but herself
«Спасибо Уиндхэм, Нью-Гэмпшир!»	for her election loss. She lost the debates
6 августа 2016.	and lost her direction!» 13, Aug 2017
	«Лживая Хиллари Клинтон винит
	всех (и вся), но не саму себя в
	проигрыше на выборах. Она
	проиграла дебаты и сошла с курса».
	13 августа 2017.
Our incredible U.S. Coast Guard saved	«Another attack in London by a loser
more than 15,000 lives last week with	terrorist. These are sick and demented
Harvey. Irma could be even tougher.	people who were in the sights of
We love our Coast Guard! Sep. 10,	Scotland Yard. Must be proactive». Sep.
2017.	15, 2017
(Наша великолепная Служба	«Еще одна атака в Лондоне,
береговой охраны США спасла	совершенная террористом-
15 000 жизней от (урагана) Харви.	неудачником. Это больные и
Ирма может быть более страшнее.	слабоумные люди, которые
Мы любим тебя, Служба береговой	находились в поле зрения Скотленд-
охраны!) 10 сентября 2017.	Ярда. Нужно действовать на
	опережение!».

HAPPY 70th BIRTHDAY to the @USAirForce! The American people are eternally grateful. Thank you for keeping America PROUD, STRONG and FREE! Sep. 15, 2017 («С 70-м днем рождения, ВВС США! Американский народ благодарит вас. Спасибо, что сохраняете Америку гордой, сильной и свободной»). 15 сентября 2017.

North Korean Leader Kim Jong Un just stated that the "Nuclear Button is on his desk at all times." Will someone from his depleted and food starved regime please inform him that I too have a Nuclear Button, but it is a much bigger & more powerful one than his, and my Button works!» Jan 3, 2018 «Лидер Северной Кореи Ким Чен Ын заявил, что «ядерная кнопка всегда на его столе». Может ктонибудь, пожалуйста, из его истошённого и голодающего режима проинформировать его, что у меня тоже есть ядерная кнопка, но она гораздо больше и мощнее, чем его, и моя кнопка работает». 3 января 2018

«Possible progress being made in talks with North Korea. For the first time in many years, a serious effort is being made by all parties concerned. The World is watching and waiting! May be false hope, but the U.S. is ready to go hard in either direction!» March 5, 2018 «Возможно прогресс достигнут в переговорах с Северной Кореей. Первый раз за многие годы серьезной шаг был сделан всеми заинтересованными сторонами. Мир наблюдает и ждет! Возможно. надежды обманчивы, но США готовы твердо идти в любом из направлений!» 5 марта 2018.

Lowest rated Oscars in HISTORY. Problem is, we don't have Stars anymore - except your President (just kidding, of course)! March,6, 2018 Оскар самого низкого уровня за всю ИСТОРИЮ. Проблема в том, что у нас нет больше ЗВЕЗД, кроме вашего президента (шучу, конечно!) 6 марта 2018 г.

«Огромная честь» («great honor»), «наша великолепная Служба береговой охраны США» («our incredible U.S. Coast Guard»), «Спасибо, что сохраняете Америку гордой, сильной и свободной» («Thank you for keeping America PROUD, STRONG and FREE!»), — все эти выражения из «официального» Твиттера Трампа являются неотъемлемой частью политической культуры.

Оценочные фразы Трампа, в некоторых случая написанные с орфографическими ошибками: «Медиа сходят с ума» («The media is going

crazy), «Много "политически-корректных" дураков в нашей стране» («So many "politically correct" fools in our country), «Лживая Хиллари» («Crooked Hillary Clinton»), раскрывают импульсивный, «горячий» характер политика и являются аттракторами для привлечения пользователей на онлайн-ресурс Трампа.

СМИ долгое время открыто враждовали с Трампом, и политик в словесных дуэлях с журналистами мог перейти «на личности». Представитель Белого дома Сара Хакаби Сандерс объяснила, что Трамп «гасит пожар огнем» («he fights fire with fire») [8], т.е. политик в ответ на нападки и оскорбления со стороны журналистов отвечает им тем же. Агрессивное поведение Трампа похоже на продуманную стратегию. Возможно, Трамп, по своей природе расчетливый и «прохладный» политик, в традиционных и онлайн-медиа успешно играл роль «горячего парня». Несомненно, политику удалось, в отличие от соперника (Хиллари Клинтон), найти оптимальный канал коммуникации — сеть Тwitter и выбрать стиль общения с избирателями, который провоцирует участие, дает обратную связь.

Однако многих американцев беспокоит тот факт, что несдержанность президента Д. Трампа в твит-посланиях может привести к серьезным конфликтам как внутри страны, так и за ее пределами. Возможно, решить задачу мог бы разработанный и официально утвержденный протокол по размещению посланий американского президента в Сети. Но в этом случае индивидуальный стиль коммуникации между политиком и электоратом был бы утерян.

Формализация коммуникаций политиков в социальных медиа остается темой, которая требует широкого обсуждения, и в каждой стране она должна решаться с учетом как национальных законов и традиций, так и угроз в сфере внешней политики.

## Список литературы

- 1. McLuhan M., Fiore Q. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. New York: Ginkgo Press, 2001. 159 p.
- 2. Manovich L. Software Takes Command (International Texts in Critical Media Aesthetics. New York, London: Bloomsbury Academic; INT edition,  $2013.-376~\rm p.$
- 3. Software is the Message» new mini article (1000 words) from Lev Manovich. Retrieved from: http://lab.softwarestudies.com/2013/12/software-is-message-new-mini-article.html. Retrieved 05.03.2018.
- 4. Спирова Э.М. Символическая коммуникация в эпоху глобализма // Философия и культура. -2009. №5. С. 15-20.

- 5. Fouhy B. Elections 2012: The Social Network, Presidential Campaign Edition. Huffington Post. April 17, 2011 Retrieved from: http://www.huffingtonpost.com/2011/04/17/elections-2012-social-media n 850172.html Retrieved 05.03.2018.
- 6. McDonald T. Donal Trump Used Social Media to Become 45th President of the US. Retrieved from: http://www.serplogic.com/all-things-marketing/donald-trump-social-media Retrieved 05.03.2018.
- 7. Robinson D. Text analysis of Trump's tweets confirms he writes only the (angrier) Android half Retrieved from: http://varianceexplained.org/r/trump-tweets Retrieved 05.03.2018.
- 8. WH on Trump Tweet: He Fights Fire with Fire. Retrieved from: http://edition.cnn.com/videos/politics/2017/06/29/white-house-press-briefing-defend-tweet-fire-sot.cnn Retrieved 05.03.2018.

## **Donald Trump's Political Discourse in Twitter (2016 – 2018)**

I.B. Arhangelskaya Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod arib@bk.ru

Social media are presented as a part of media landscape and mass communication. Their specific features: global and niche character, visualization, and interactivity, are under consideration. The paper analyzes political discourse of Donald Trump in Twitter (2016-2018). As a result, the author concludes that there should be a wide discussion on formalization of political communication in social media.

*Key words:* social media, social nets, the US political campaigns, Twitter, Donald Trump.

УДК 070

## Международный диалог в современных студенческих медиа

© 2018 г. *Н.О. Автаева* 

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского zhurnalistnngu@mail.ru

В статье анализируется роль студенческих медиа в освещении межэтнического взаимодействия, организации международного диалога. В качестве эмпирической базы автор выбирает студенческие СМИ Нижегородской области, особое внимание обращая на медиа, которые функционируют в рамках Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского.

*Ключевые слова*: международный диалог, студенческие медиа, межэтническое взаимодействие, Университет Лобачевского.

В условиях глобализации значение международного диалога трудно переоценить, поскольку он способствует упрочнению культурных, экономических и социальных связей между представителями разных этносов, дает инструментарий для более эффективного понимания собственных национальных черт и особенностей. Проблема готовности к международному диалогу, информационная открытость и толерантность – важные векторы современного развития социума. Но для выстраивания успешной межкультурной коммуникации важно обладать кросс-культурной грамотностью, которую можно определить как «осознание различий в идеях, обычаях, культурных традициях, присущих разным народам, способность увидеть общее и различное между разнообразными культурами и взглянуть на культуру собственного сообщества глазами других народов» [1; с. 47].

Отражение специфики международного диалога — одна из существенных задач современных медиа, поскольку СМИ выступают в качестве ведущего канала коммуникации, который может способствовать гармонизации межнациональных отношений и формированию толерантности в обществе.

Необходимо отметить, что проблема гармонизации межнациональных отношений в средствах массовой информации достаточно представлена в работах исследователей, здесь следует выделить труды Дзялошинского И.М., Мальковой В.К., Тишкова В.А., Савиновой О.Н., Капустина В.И. [2]. Но изучение потенциала СМИ в освещении международного диалога выявляет существующую дихотомию: с одной стороны, медиа имеют возможность инициировать процессы обсуждения имеющихся межэтнических проблем и разногласий, предлагать конструктивные решения в урегулировании конфликтов, а с другой стороны, тиражировать негативные национальные стереотипы, нагнетать напряженность и страх.

Межкультурная коммуникация как проблема представлена весьма широко в современных средствах массовой информации, вне всякого сомнения, глубина разработки темы находится в прямой зависимости от информационной политики и типологической матрицы издания. Качественная периодика учитывает многоаспектность данной темы, поэтому ее можно встретить и среди новостей, в комментариях, в интервью и в аналитических материалах, подобного разнообразия жанровой палитры в

освещении международного диалога трудно ожидать от массовой прессы.

Отдельный сегмент журналистики – это студенческие СМИ, которые выпускаются в вузах, они являются важным фактором социализации молодежи. Студенчество – активная часть общества, весьма подверженная влиянию и быстрым изменениям. Важную роль в формировании взглядов и позиций молодого поколения играют средства массовой информации, через которые даются образцы поведения, стиль жизни, с их помощью формируются нравственные основы. Студенческие издания являются важным каналом передачи информации, средством коммуникации. С помощью таких средств массовой информации подрастающее поколение приобщается к интеллектуальному и духовному потенциалу общества.

Сегодня студенческая пресса переживает расцвет — по всей стране появляется все больше газет и журналов. Студенты как создатели обозначенного типа изданий находятся со своими читателями в одном образовательном сообществе, это позволяет подобной периодике быть более интересной, эмоциональной, не похожей ни на какие другие издания.

Тема международного диалога, межкультурной коммуникации должна регулярно освещаться студенческими медиа, поскольку «миссия студенческих изданий в первую очередь просветительская, дидактическая, и только потом — развлекательная. И самый важный эффект этих редакций заключается в качественных изменениях, которые происходят с теми, кто их создает и кто читает» [3].

В данной статье остановимся подробнее на студенческой периодике Нижегородской области, подобный выбор не является случайным. Нижегородская область – полиэтничный регион, на территории которого проживает свыше ста пятидесяти национальностей и этнических групп. К числу основных наиболее многочисленных национальностей региона относятся: русские (3110 тыс. чел. или 93,9 %), татары составляет около 44 тыс. чел. или 1,33 % от всего населения. За татарами по числу проживающих следуют мордва (0,58 %), украинцы (0,53 %), армяне (0,4 %) и чуваши (0,29 %) [4]. На территории области существуют муниципальные районы с компактным проживанием коренного населения: татар – Краснооктябрьский, Спасский, Сеченовский, Сергачский, Пильнинский, Княгининский, мордвы – Лукояновский, Большеболдинский, Шатковский, Пильнинский, Гагинский, марийцев – Тонкинский, Тоншаевский, Шатрангский, чувашей – Воротынский районы [5].

Тема межэтнической коммуникации — весьма значима для аудитории СМИ Нижегородской области, в том числе и для студенческой. Студенческие медиа имеют практически все высшие учебные заведения региона, остановимся подробнее на СМИ, которые ориентированы на обучающихся в Национальном исследовательском Нижегородском государственном университете имени Н.И. Лобачевского.

В ННГУ им. Н.И. Лобачевского выпускается несколько изданий, различающихся по своим типологическим характеристикам и тематике. Официальным студенческим изданием можно считать газету «Нижегородский университет», которая основана 28 февраля 1948 года. Сейчас это ежемесячная газета с тиражом в 3000 экземпляров. Основной контент – события университета (большая часть в ленте новостей). Также в газете публикуются сведения о научных открытиях, отражаются достижения студентов. Нередко можно встретить страницы об истории университета. Особенностью является арт-галерея, в этом разделе печатаются фотоработы студентов.

Наряду с этим, некоторые подразделения вуза выпускают отдельные СМИ. Так, Институт филологии и журналистики предлагает студентам ежемесячную газету «ЖурФакт», которая издается с 1 апреля 2009 года. На данный момент существует только электронная версия газеты (в 2014 году выходила и в печатном варианте). Газета делится на рубрики: От редактора, Событие, Интервью, Литература, Кино и другие.

На юридическом факультете издается газета «Ашхабадка,4». В ней студенты пишут о событиях университета и факультета. Здесь публикуются и творческие работы студентов. Кроме этого, есть специальные рубрики, соответствующие факультету: Техника и юриспруденция, Формула юриста, Гражданское общество и другие.

Таким образом, студенческие медиа обозначенного вуза представлены не только официальным изданием «Нижегородский университет», но и несколькими СМИ подразделений.

В Университете Лобачевского получают образование более 700 иностранных студентов, это молодежь из Азии, Африки, Китая, Латинской Америки и других стран. По словам А.Б. Бедного, проректора по международной деятельности ННГУ, в университете «учатся студенты из 75 государств. Получается, к нам приезжают поступать ребята из каждой третьей страны. Со всего земного шара в Нижний едут за дипломами» [6].

Поэтому тема международного диалога должна присутствовать на страницах студенческих медиа Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского.

Анализ публикаций описанных выше университетских изданий за последний год (с февраля 2017 по март 2018 года) позволит нам сделать выводы о специфике освещения вопросов межкультурной коммуникации в студенческой периодике.

Студенческая газета «ЖурФакт» не отличается постоянством в подаче обозначенного аспекта, журналисты издания помнят о том, что в Институте филологии и журналистики обучаются иностранные студенты, но к их проблемам и достижениям они обращаются эпизодически. Наиболее интересными с позиции освещения международного диалога можно считать следующие материалы, например, «Холодный климат, но сердца горячие» М. Попенко и Я. Албахтиной. В блиц-опросе журналисты выясняют, как менялись представления о России у иностранцев по мере знакомства с культурой и национальным менталитетом, что гости из-за рубежа ждали от России и что получили. В качестве респондентов выступили иностранные студенты – Маргарита Наварро из Перу, Хуэйли Чжан и Хайнин Ли из Китая. Схожий по своей тематике материал – «Диалог на международном уровне» А. Чередниченко и Е. Чертихиной, здесь авторы пишут, что решили сократить дистанцию с иностранными студентами и получше узнать их. Своим мнением о жизни в России, отношением к стереотипам делятся студенты первого курса Пань Юйтун и Хосе Эсоно Обама Нлохо.

Репортажные материалы, участниками которых становятся студенты из-за рубежа, в «ЖурФакте» появляются редко, исключением является материал Т. Шулигиной и А. Макушиной «Разговорный клуб», в котором идет рассказ о проекте Университета Лобачевского — Русском разговорном клубе. Он создан для того, чтобы ребята, приехавшие учиться в Нижний Новгород из самых разных стран, могли лучше узнать русскую культуру, пополнить свой словарный запас, найти новых друзей.

Газета юридического факультета «Ашхабадка, 4» выходит реже «ЖурФакта», анализ публикаций показал, что тема международного сотрудничества встречается в каждом номере. Во-первых, в издании есть постоянная рубрика «Заметки путешественников», где студенты делятся своими впечатлениями от экскурсионных туров за рубеж. За анализируемый период были опубликованы два репортажных материала — о поездках в Доминиканскую республику А. Самойловой и в Италию Ю. Крапивенских.

Наряду с этим, газета освещает участие студентов и преподавателей в международных мероприятиях, например, материал «Экологическое законодательство и активизм» рассказывает о поездке студентки

юридического факультета Анны Суетовой в Нидерланды в рамках победы в конкурсе «Эко-юрист 2016», а репортаж «Дышать в ритме жизни» Е. Прокофьевой — о международном конгрессе студентов «Интердиалог: здоровое поколение».

Еще одна постоянно действующая рубрика «Гранит науки» содержит информацию о международных стипендиях, например, о том, что при поддержке Центра Превосходства Жана Моне «VOICES+» в формате Международной летней школы 19-24 июня 2017 года был организован Европейский молодежный форум «К 60-летию Римских договоров: история и современные вызовы». Или о том, что 22-23 сентября 2017 года состоялся Международный турнир по интеллектуальным играм, приуроченный к 300-летию российской полиции.

Но наиболее полно и многосторонне международный диалог отражен на страницах официального издания Университета Лобачевского «Нижегородский университет». Обозначим основные аспекты освещаемой темы:

- визиты зарубежных делегаций в ННГУ им. Н.И. Лобачевского;
- посещение делегацией ННГУ иностранных вузов;
- подписание договоров о сотрудничестве;
- образовательные гранты и международные стипендии;
- мероприятия для иностранных студентов, обучающихся в ННГУ;
- включение ННГУ в международные рейтинги;
- стажировки студентов и преподавателей за рубежом;
- международные научно-практические конференции и семинары.

За анализируемый период газета «Нижегородский университет» освещала многочисленные визиты зарубежных делегаций в ННГУ, например, представителей Италии, Венгрии, Великобритании, Республики Мальта, Бельгии, Израиля и других. Были подписаны договоры о сотрудничестве с вузами Мексики, Латинской Америки, Молдовы, Греции, Кыргызстана, Франции.

Особый интерес представляют материалы, посвященные обучающимся в Национальном исследовательском Нижегородском государственном университете имени Н.И. Лобачевского иностранным студентам, здесь уделяется внимание как учебным мероприятиям, так и досугу. Журналисты «Нижегородского университета» рассказывают, как представители зарубежья отмечают в России Масленицу, Китайский Новый год, участвуют в Фестивалях «Русское слово», ежегодном онлайн-фестивале дружбы, международной смене в «Лазурном», в региональном фестивале национальных культур. Отдельно отметим публикации об экс-

курсионной программе иностранных студентов — для них были организованы посещение православной выставки-ярмарки, экскурсии в Строгановскую церковь и Усадьбу Рукавишниковых и многое другое.

Зарубежные поездки Академического Хора ННГУ им. Н.И. Лобачевского также отражены на страницах «Нижегородского университета», например, в репортажах о хоровом фестивале в Берлине (Германия) или во Франции.

Международный диалог в студенческих медиа представлен весьма разнообразно, в отдельных изданиях на первый план выходят материалы, в которых иностранные студенты рассказывают о себе, о своих вкусах, чувствах, представлениях. В других изданиях наиболее популярным аспектом становятся вопросы международного сотрудничества, деловых поездок и стажировок, межличностная коммуникация уводится на второй план. Однако встречаются издания, которые пытаются совместить обозначенные подходы, на наш взгляд, наиболее сбалансированной подачей материалов о международном диалоге отличается газета «Нижегородский университет». Разнообразие тематических аспектов, расширенная жанровая палитра, интерес как к людям, так и к событиям характеризуют данное издание в контексте освещения межнациональной коммуникации.

Освещение темы международного диалога современными медиа предполагает возможность выражения на страницах СМИ мнений, эмоций, позиций, конструктивных предложений представителей всех участников коммуникации, только в этом случае можно говорить о корректной и всесторонней подаче темы. Студенческие СМИ ориентированы на особую читательскую аудиторию — на молодежь, взгляды которой находятся в стадии формирования, именно поэтому на журналистов данных изданий возложена еще большая ответственность в освещении актуальных, социальных проблем, к числу которых относится межэтническая коммуникация и диалог культур.

### Список литературы

- 1. Лапшин А.Г. Международное сотрудничество в области гуманитарного образования: перспектива кросс-культурной грамотности // Кросс-культурный диалог: компаративные исследования в педагогике и психологи: сборник статей. Владимир: Нерль, 1999. С. 45–50.
- 2. Дзялошинский И.М. Культура и медиа: между глобализацией и суверенизацией // Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты: в 2-х т.

Материалы Международной научно-практической конференции: коллективная монография; – Т. 2. – М.: Издательство Академии повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования, 2017. – С. 27–41; Малькова В.К, Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. – М.: ИЭА РАН, 2002. – 348 с.; Савинова О.Н. СМИ как фактор межкультурного диалога в обществе риска и подготовка журналистских кадров // Вестник Марийского государственного университета, 2015, №3. – С. 84–88; Капустин В.И. Средства массовой информации в регулировании межнациональных и межконфессиональных отношений: дис. <...> канд. полит. наук: 23.00.02. – М.: РАГС, 2002. – 135 с.

- 3. Владимирова Т.Н. Студенческая пресса как проявление интерактивной медиасреды факультета [элект. ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/studencheskaya-pressa-kak-proyavlenie-interaktivnoy-mediasredy-fakulteta. Дата обращения 10.03.2018.
- 4. Тютюшев М. Население Нижегородской области: состав, количество [электр. ресурс]. Режим доступа: http://fb.ru/article/247834/naselenie-nijegorodskoy-oblasti-sostav-kolichestvo. Дата обращения 09.03.2018.
- 5. Информация о национальной ситуации в Нижегородской области [электр. ресурс]. Режим доступа: https://mvp.government-nnov.ru/?id=98573. Дата обращения 09.03.2018.
- 6. Халезова Н. Более 700 студентов из 75 стран учатся в ННГУ им. Н.И. Лобачевского [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.nn.aif.ru/society/details/1447086. Дата обращения 09.03.2018.

#### International dialogue in modern student media

N.O. Avtaeva
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod zhurnalistnngu@mail.ru

The role of student media in covering interethnic communication, organizing an international dialogue is analyzed in this article. The author selects student media of the Nizhny Novgorod region as an empirical research base. Particular attention is paid to the media of the Lobachevsky University.

*Key words:* international dialogue, student media, interethnic communication, Lobachevsky University.

#### УДК 070

# Русскоязычные радиостанции Европы: проблемы производства контента на современном этапе

© 2018 г. С.В Асланова
Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского snovatorova@mail.ru

Предметом научного интереса автора является функционирование русскоязычных радиостанций в Европе и странах СНГ. В статье выявляются причины всплеска интереса к русскоязычному радио за рубежом, дается типология радиостанций, вещающих для русскоговорящей аудитории; определяется круг проблем, с которыми сталкивается русское радио за границей на современном этапе, а также выявляется позитивный опыт развития собственновещательных станций в Европе.

*Ключевые слова:* русскоязычное радио, типология, ретрансляция, собственное вещание, цифровое радио, мультикультурный феномен.

Вот уже несколько десятилетий русскоязычные СМИ формируют образ России по всему миру. Русские медиа – газеты, радио, телевидение – присутствует сегодня в 86 странах мира.

В нынешних условиях как никогда ранее возрастает роль российского теле- и радиовещания в международном информационном пространстве. Несмотря на вневизуальность, которую считают сегодня антитрендом новых медиа, радио — старейшее традиционное эфирное СМИ — по мнению экспертов, пользуется наибольшим доверием русскоязычной аудитории за рубежом. Сейчас на русском языке вне России вещает около 300 радиостанций [1].

Радио создает определенный политический фон и сохраняет единое языковое пространство за пределами нашей страны. Кроме того, зарубежные коллеги очень щепетильны в соблюдении норм устной русской речи, что не может не сказываться на культуре языка соотечественников, проживающих сегодня за рубежом.

Основными причинами новой волны интереса аудитории к радиовещанию за границей являются:

- осложнение общественно-политической ситуации в мире, эскалация конфликта крупных мировых держав, в первую очередь, США и России;
- увеличение числа русскоязычной публики в странах Запада (как эмигрантов, так и временных переселенцев или владельцев недвижимости за рубежом);

- традиционно высокий уровень лояльности аудитории по отношению к радио.

Следует отметить, что система русскоязычного радиовещания формировалась за пределами отечества в течение многих лет, и поэтому имеет собственные традиции и делится на большое число видов и направлений. Поскольку вопрос типологии русского радиовещания за рубежом представляет предмет особого научного интереса, попробуем выделить основные ветви данной типологической парадигмы.

В первую очередь, выделяются станции-ретрансляторы российских коммерческих рейтинговых радиостанций, к примеру, «Русское радио» на Кипре, «Радио Рекорд» в Таиланде и другие. Как правило, ретрансляторы музыкально-информационных станций функционируют за рубежом как франчайзинговые проекты, однако каждый такой ретранслятор стремится формировать и собственный контент – не только рекламного, но новостного характера. Популярным элементом контента являются и сервисные элементы – прогнозы погоды, трафик и так далее. Сохраняется и формат интерактивных программ, как правило, это программы по музыкальным заявкам радиослушателей.

Жорж Полински, основатель нескольких радиостанций во Франции, президент совместного предприятия «Европа Плюс Москва», создатель «Радио Ретро», отмечает, что подобный вид вещания можно охарактеризовать как масштабный мультикультурный феномен. В своем докладе на форуме русскоязычных вещателей он заявил: «Не стоит забывать о том, что в случае, когда наша цель — зарубежная аудитория, это крайне специфическая задача. Она будет кардинально отличаться от русскоязычной аудитории в целом, точно так же, как и московский контент будет отличаться от регионального. Должен признать, что, как ни странно, Россия сегодня в тренде... Необходимо не упустить этот момент и активно развивать сферу иновещания. Однако обучиться любить Россию и ее язык — это целая наука» [2].

К следующей большой группе русскоязычных вещателей за рубежом относятся представители информационного радио, созданного в годы «холодной войны» в 20 веке. Это зарубежные радиостанции сугубо идеологической направленности, основателями которых являются государственные структуры крупнейших западных держав — например, «Радио Свобода», «Немецкая волна», «Голос Америки». На русском языке долгое время вещает и крупнейшая национальная британская радиосеть ВВС.

Вот как характеризует современную аудиторию ВВС экс-сотрудник радиостанции Юрий Голигорский: «Мы готовим материалы не

только для выходцев из России, речь идет об аудитории русскоязычной, русскоговорящей, русскопонимающей. А это могут быть люди из России, Украины, Белоруссии, Центральной Азии, Средней Азии — откуда угодно. Здесь мы сталкиваемся с очень интересными вопросами. Первый: русский язык — это враг, друг или минное поле? Для тех, кто вещает изза границы на территории бывшего Советского союза, это представляет определенную серьезную проблему. Второй вопрос: вечером вы не будете говорить с аудиторией так, как говорили с ней утром, днем или в полдень. А если вы вещаете на одиннадцать часовых поясов, вы должны быть уверены, что программы выстроены так, чтобы они были одинаково полезны и интересны как в Европейской части России, так и на Дальнем Востоке» [3].

В вышеприведенной цитате отражена суть базовой проблемы этого типа вещания — вопрос адаптивности контента под нужды очень разной в плане политических взглядов и социального статуса аудитории, а также сложности в потреблении контента в разные временные промежутки.

Еще один значимый тип русскоязычных радиостанций — локальные вещатели на территории стран бывшего Советского Союза, которые нацелены на обзор событий в России. Русский язык, по мнению экспертов, входит в тройку самых распространенных в мировом радиовещании. Активно развиваются русскоязычные станции в тех экс-советских республиках, где было и остается лояльное отношение к русскому языку и русской культуре со стороны государства (к примеру, Радио «Радиус» и «Пилот ФМ» в Беларуси, «Радио NS» и «Радио Тенгри» в Казахстане и так далее).

Конечно, контент этих станций сильно различается, запросы на информацию из России у них тоже разные. Молдавские и латвийские станции, к примеру, могут в течение дня работать с совершенно разной повесткой из России либо преподносить российские новости с совершенно разными акцентами. Однако есть у русскоязычных вещателей и общие интересы – кроме языка такими объединяющими составляющими в плане производства контента для стран бывшего СНГ являются музыка и спорт. «Спорт и спортивный контент – это настоящая отдушина, потому что здесь журналист может быть по-настоящему оппозиционен», – считает главный редактор радиостанции «Команда» Николай Яременко [4].

Последняя группа русскоязычных радиоресурсов – собственновещательные радиостанции, созданные в последние десять лет для обеспе-

чения нужд наших соотечественников, проживающих на территории западных государств. Их открывают наши соотечественники, работающие или проживающие в настоящий момент за границей. В Лондоне таким ресурсом является «Радио Матрешка», в Праге — «Хитрое радио», в Ницце — радио «Байкал» и так далее.

По словам Сергея Курохтина, собственного корреспондента РТР в Берлине, местные вещатели занимаются преимущественно развлекательным контентом и боятся затрагивать острые темы: «Местные вещатели в Германии, которые делают программы на русском языке, занимаются музыкальными программами так же, как и все, кто стремится заработать деньги. Рецепт простой, он знаком всем российским станциям: много музыки – от 70 до 80%, новости, развлекательные рубрики... Русскоязычная аудитория, тем не менее, обсудить последние новости любит, и программы, которые выпускают «Первый канал», «Россия24», она смотрит. Но в силу целого ряда как коммерческих, так и политических причин такого рода вещателям, которые выходят в FM, открывать некий дискуссионный клуб и обсуждать последние новости – это определенный риск, и на него вещатели не считают нужным идти» [5]. Правда, в Германии существует не только развлекательное русскоязычное радиовещание. Кроме «Русского Берлина», на протяжении многих лет существует общественно-правовой проект радиовещания, где идет вещание на ряде языков живущих в Германии этнических меньшинств, в том числе и на русском языке. «У нас ежедневный информационный – именно информационный, а не развлекательный – эфир, ориентированный на живущих в Германии соотечественников. Мы не боимся острых дискуссионных тем, мы работаем с нашей аудиторией по всем актуальным событиям, которые происходят в Германии, и стараемся отзываться на все тренды», – заявляет Олег Зиньковский, руководитель службы информации радио «RundfunkBerlin-Brandenburg» [6]. Но все-таки в большинстве своем данный тип радиовещания за границей все более и более коммерциализируется и превращается в аналог русских музыкально-информационных станиий.

«Радио Матрешка» из Лондона, на наш взгляд, представляет собой наиболее яркий пример современной русскоязычной радиостанции за рубежом. Станция начала свое вещание в цифровом формате DAB, который предполагает максимальный охват целевой аудитории. Своей миссией руководство станции видит сохранение и приумножение культурного наследия народов, которым понятен и не чужд русский язык [7]. Это музыкально-информационная станция, с полноценным русскоязычным

форматом, лицензированная на территории Англии, успешный коммерческий и одновременно просветительский проект.

Особо, вне вышеозначенных типологических групп, следует отметить радиовещательную сеть Sputnik. Радио «Sputnik», преемник «Голоса России» — это информационно-аналитическая радиостанция с круглосуточным вещанием. В эфире этой станции можно услышать и новости, и авторские программы по вопросам политики и экономики в России и за рубежом, а также мнения экспертов по наиболее актуальным темам. «Sputnik» создан у нас в стране 10 ноября 2014 года. В настоящее время вещает на современных цифровых платформах и доступен в FM-диапазоне, а также в сети интернет. Русскоязычное вещание радио «Sputnik» является частью глобальной радиовещательной сети международного информационного агентства и радио «Sputnik», представленного в десятках стран мира. Радио входит в топ-5 самых цитируемых радиостанций России.

Российская Академия Радиовещания уже несколько лет подряд собирает русскоязычных радиовещателей со всего мира на специализированные форумы, где обсуждаются отраслевые проблемы и намечаются пути их решения.

По мнению большинства русскоязычных радиовещателей, к глобальным проблемам на современном этапе можно отнести следующие:

- правовые ограничения, которые существуют практически во всех странах СНГ и в ряде стран дальнего зарубежья;
- технические трудности, связанные с переходом на цифровое вещание;
  - вопрос авторских и смежных прав;
  - трудности в подборе и обучении (переквалификации) кадров.

Однако наличие проблем не предполагает остановки развития. Радиовещание на русском языке за рубежом активно развивается и поддерживается как за счет собственных средств и ресурсов, так и за счет российских грантов. Когда человек лишается возможности слышать родное слово, то он остается без духовного мира и без собственных корней. Понимая это, наше государство идет на все, чтобы связь бывших соотечественников с Родиной не прерывалась.

## Список литературы

1. Шестаков Е. Не потерять ни одного голоса // Российская газета. -2018. - №7501(38). - C.4.

- 2. Антонова Е. Что ждет русскоязычное радиовещание за рубежом //Международная жизнь. Интернет-журнал [электр. ресурс]. Режим доступа: https://interaffairs.ru/news/printable/15339. Дата обращения: 06.03.2018.
- 3. Контент русскоязычной радиостанции за рубежом. Интервью сайту Radioportal.ru 30 мая 2016 года. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.radioportal.ru/news/kontent-russkoyazychnoy-radiostancii-za-rubezhom. Дата обращения: 09.03.2018.
  - 4. Там же.
- 5. Материалы Международного форума русскоязычных вещателей в Москве 20.05.2016 [электр. ресурс]. Режим доступа: http://radiofestival.ru/news/kontent-russkoyazychnoy-radiostancii-za-rubezhom?language=ru. Дата обращения: 02.03.2018.
- 6. Материалы первого Международного гуманитарного фестиваля русскоязычного радиовещания (Ереван. Армения. 20.05.2008). [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.kavkaz-uzel.eu/articles/138200/. Дата обращения: 09.03.2018.
- 7. Скуратовский Б., Мосейчук В. Русские в Лондоне: все, что нужно знать о Matryoshka Radio // Mediasat. Интернет-журнал [электр. ресурс]. Режим доступа: http://mediasat.info/2016/10/11/matryoshka-radio/. Дата обращения: 03.03.2018.

## Russian-language radio stations in Europe: problems of content production at the present stage

S.V. Aslanova
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod snovatorova@mail.ru

The subject of the author's scientific interest is the functioning of Russian-speaking radio stations in Europe and CIS countries. The article reveals the reasons for the surge in interest in Russian-speaking radio abroad, the typology of radio stations broadcasting for the Russian-speaking audience, the range of problems that Russian radio is encountering abroad at the present stage, as well as the positive experience of the development of broadcasting stations in Europe.

*Key words:* Russian-language radio, typology, retransmission, own broadcasting, digital radio, multicultural phenomenon.

#### УДК 070:654

# Современные подходы к практике популяризации научного знания в СМИ

© 2018 г. *Р.П. Баканов* Казанский федеральный университет rbakanov@yandex.ru

Автор данной статьи выявил три подхода, которыми можно руководствоваться журналистам при подготовке популяризирующих научные достижения статей. Также на основе рекомендаций российских и иностранных ученых и журналистов обобщены полезные советы, как интересно писать о научных открытиях, повседневной работе ученых и сделать, чтобы информация легко воспринималась аудиторией масс-медиа. Основное правило работы научного популяризатора: больше простой, увлекательной информации и чем проще ты пишешь, тем быстрее твоя аудитория запомнит твоих героев.

*Ключевые слова:* журналистика, наука, популяризация науки в СМИ, ученый, исследование, оценка, объективность, эксперимент, познание, сознание, занимательность изложения, аудитория.

Подготовка публикации в СМИ о достижениях в той или иной научной области – сложная задача не только для новичка, но и для опытного журналиста. В этой теме вряд ли возможно работать по привычной для корреспондентов СМИ схеме «пришел, увидел, написал». Здесь требуется специализация, профессиональное мастерство. Поиск информации для рубрики о науке – сложная задача, несущая в себе не только навигационные трудности (где постоянно брать информацию?), но и коммуникативные проблемы при работе с вашими источниками. Рассмотрим трудности поиска сведений для журналиста, решившего заняться популяризацией научного знания.

Итак, предположим, что редактор вызвал вас к себе и дал задание: разработать концепцию новой постоянной рубрики, в которой речь пойдет о науке. Вести ее также поручено вам.

Давайте определим, какие существуют подходы к формированию рубрик о науке в современных средствах массовой информации. Подход первый — сугубо информационный. Представляет собой простое информирование аудитории о научных открытиях, сделанных преимущественно зарубежными (в частности, американскими) учеными. Таков формат передач «Новости науки» («Радио России») и «Гранит науки» (радио «Эхо Москвы»). Используя данный подход, вашу рубрику можно

делать хоть ежедневной: «скачивая» информацию со специализированных интернет-сайтов, написать сто или двести строк в день — не проблема.

Подход второй — информационно-аналитический. Здесь необходимо соблюдать баланс между информационными сообщениями о тех или иных фактах в научных отраслях и проблемными материалами, в которых бы содержался анализ определенных недостатков, которые наблюдаются в современной российской (и мировой) науке. При выполнении этой задачи вы вряд ли сможете работать в одиночку. Необходимо несколько помощников, которые будут собирать информацию: изучать научные и научно-популярные издания, брать интервью у ученых, дополнять уже имеющиеся сведения, проверять их и готовить материалы. Если останется место на полосе, наряду с проблемными публикациями можно делать подборку свежей краткой информации. На наш взгляд, при данном подходе наиболее целесообразным является выпуск рубрики периодичностью как минимум один раз в две недели.

Подход третий — аналитический. То есть вы постоянно работаете над проблемными текстами, однако точной периодичности вашей научной рубрики нет. Все работы публикуются по мере готовности. Данный подход требует от журналиста не только умения оперативно искать и находить необходимые сведения, но и определенной техники общения с источниками информации, то есть учеными. Кстати, у вас должен быть достаточно широкий круг знакомств в разных областях науки, чтобы время от времени выходить с ними на связь и совместно работать над очередным материалом. Помимо источников, вам будут нужны эксперты для оперативного комментирования того или иного факта или явления. Установление контактов с научным миром — непростая задача. Довольно часто ученые не без колебаний соглашаются на сотрудничество с журналистами, а помимо этого не понимают понятия «оперативность», а то и совершенно не знакомы со спецификой работы средств массовой информации. Поэтому, прежде чем опубликовать первые материалы, придется постоянно объяснять вашим собеседникам принципы деятельности журналиста. На это может уйти громадное количество времени.

Итак, постарайтесь определиться с подходами к концепции вашей будущей рубрики о науке. Насколько продолжительной вы планируете сделать вашу рубрику? В чем ее цель? Под каким углом вы собираетесь рассказывать о науке: описывать сам процесс эксперимента либо только конечные результаты исследований? Составьте так называемый «паспорт рубрики», в котором постарайтесь прописать все детали информационного освещения объекта и предмета вашего внимания.

Теперь пора осваивать секреты мастерства журналиста, специализирующегося на освещении результатов научной деятельности и проблем в этой области деятельности. Вот рекомендации редактора научно-популярного журнала «Ломоносов» (г. Москва) Т.Б. Пичугиной: «Чтобы правильно отражать результаты научных исследований в СМИ, журналист должен знать о них чуть больше тех, для кого он пишет статью, т.е. заниматься самообразованием, причем непрерывно, иначе за наукой не поспеть. Читать научно-популярную литературу, особенно по острым проблемам науки: генетика, биоинженерия, космос и другие научные направления. Это дает владение темой и терминологией. Полезно время от времени окунуться в атмосферу исследовательской лаборатории, подержать в руках гироскоп, залезть в барокамеру, позвенеть пробирками, погладить морского ежа, поглядеть в микроскоп на амебу. Надо чаще общаться с учеными, расспрашивать их о работе, посещать научные конференции, семинары, публичные лекции. По-моему, журналист, который не специализируется на науке, но хотя бы иногда пишет о ее проблемах, должен следить за научными исследованиями и непрерывно повышать свое образование в этой области» [1].

Директор программы для научных журналистов при Массачусетском технологическом институте (США) Бойс Ренсбергер на страницах журнала фонда Неймана перечисляет, что должен знать каждый журналист, если он собирается писать материалы о науке и ее проблемах:

- «1) нет единого научного метода. Всякая хорошая наука работает в условиях постоянной дискуссии, научная истина вырабатывается в споре. Избегайте предубеждения, штампов, стереотипов, они могут ввести вас в заблуждение;
- 2) неуверенность, неоднозначность в формулировках это признак научной честности. Это стимул для ученого продолжать исследования. Современные работы очень неоднозначны и часто заходят в тупик;
- 3) наука требует доказательств, и всегда найдется лучшее, чем предыдущее. Если очевидных доказательств нет, то авторитет ученого не должен вами завладеть. Нет доказательств не верьте даже ученому;
- должен вами завладеть. Нет доказательств не верьте даже ученому;

  4) не стоит спрашивать у ученого, безопасно ли такое-то лекарство или прибор для нашего здоровья. Нет ничего стопроцентно безопасного. Надо всегда оценивать риск и пользу от исследования, найти баланс;
- 5) журналисты и ученые преследуют одни цели они хотят знать правду и сделать ее известной другим» [2].

По мнению директора европейского научного пресс-центра «Альфагалилео» (www.alphagalileo.org) Питера Грина, есть четыре причины,

по которым ученый должен объяснять широкой публике свои исследования:

- «1) обязательства ученых перед налогоплательщиками, которые выкладывают свои деньги в бюджет страны;
  - 2) привлечение молодежи;
  - 3) обеспечение богатства страны;
  - 4) участие в дискуссиях по острым проблемам науки» [3].

В США и отдельных европейских странах публикуются целые пособия как для ученых, так и для журналистов, в которых содержатся правила, как ученому необходимо общаться с журналистами; как журналистам разговорить ученых и найти необходимую для будущей статьи информацию. Из такой методической литературы можно узнать некоторые профессиональные секреты и хитрости как представителей масс-медиа, так и научного мира. Например, можно понять, почему журналисты предпочитают писать материалы сами, нежели поручать это дело ученому. Одно из таких пособий называется просто «You and the media» («Вы и медиа»). Составлено оно Американским геофизическим обществом в 2000 году, с собственными комментариями ученых [4].

Насколько нам известно, в России подобных методических указаний не издавалось. Созданная в начале 1990-х годов Ассоциация научных журналистов РФ «Интеллект» время от времени организует и проводит семинары, задачи которых — наладить заинтересованный двусторонний диалог между учеными и журналистами, привлечь внимание прессы к проблемам науки. В 2003 году Московское представительство им. Конрада Аденауэра, Президиум Российской Академии наук (РАН), Институт научной информации по общественным наукам РАН, Агентство научной информации «Информнаука», а также редакция научно-популярного журнала «Ломоносов» провели международную Интернет-конференцию «Российская наука и СМИ». К сожалению, такие мероприятия проходят крайне редко, но актуальность их очевидна.

Журналистам, пишущим о фактах или явлениях в области науки, следует руководствоваться «Рассуждениями об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии», написанными М.В. Ломоносовым и опубликованными во Франции в 1754 году. В них впервые подвергается осмыслению практика освещения научных открытий журналистами и закладываются требования к этике работы научного журналиста. Поводом к выступлению Ломоносова стал факт высказывания одного Лейпцигского журналиста, который в печати раскритиковал научные труды российского уче-

ного. «Рассуждения об обязанностях журналиста...» — небольшое произведение, состоящее всего из семи пунктов-правил деятельности научного журналиста. Во вступлении Ломоносов просит своего оппонента и «всех подобных ему» хорошо запомнить несколько правил для тех, кто берется осведомлять общественность о новых научных достижениях. Найти «Рассуждения...» несложно, сейчас мы обратим внимание лишь на три, на наш взгляд, самых актуальных в настоящее время правила:

«Чтобы быть в состоянии произносить искренние и справедливые суждения, нужно изгнать из своего ума всякое предубеждение, всякую предвзятость и не требовать, чтобы авторы, о которых мы беремся судить, рабски подчинялись мыслям, которые властвуют над нами, а в противном случае не смотреть на них, как на настоящих врагов, с которыми мы призваны вести открытую войну...

Журналист не должен спешить с осуждением гипотез. Они дозволены в философских предметах и даже представляют собой единственный путь, которым величайшие люди дошли до открытия самых важных истин. Это – нечто вроде порыва, который делает их способными достигнуть знаний, до каких никогда не доходят умы низменных и пресмыкающихся во прахе...

Журналисту позволительно опровергнуть в новых сочинениях то, что, по его мнению, заслуживает этого, хотя не в том заключается его прямая задача и его призвание в собственном смысле; но раз уж он занялся этим, он должен хорошо усвоить учение автора, проанализировать все его доказательства и противопоставить им действительные возражения и основательные рассуждения, прежде чем присвоить себе право осудить его. Простые сомнения или произвольно поставленные вопросы не дают такого права; ибо нет такого невежды, который не мог бы задать больше вопросов, чем может их разрешить самый знающий человек. Особенно не следует журналисту воображать, что то, чего не понимает и не может объяснить он, является таким же для автора, у которого могли быть свои основания сокращать или опускать некоторые подробности...» [5].

«Рассуждения об обязанностях журналиста...» были опубликованы почти 265 лет назад. В настоящее время найти подобный свод правил очень сложно, однако если сопоставить предложения, высказанные учеными или журналистами в некоторых статьях или выступлениях на научных конференциях или тематических семинарах, то достичь результата можно. К примеру, заместитель главного редактора научно-популярного журнала «Химия и жизнь» Е.В. Клещенко в одной из своих статей,

опубликованной в рамках Международной Интернет-конференции «Российская наука и СМИ», дает следующие практические рекомендации журналистам, освещающим проблемы науки, а также авторам, работающим над подготовкой научно-популярной статьи: «Прежде чем набрать специальный термин, надо спросить себя: сколько читателей знают, что это такое? Далее — по обстоятельствам. Если понятие будет употребляться часто, можно дать его краткое определение и использовать по мере необходимости. ... Если же без термина можно обойтись, — то без него нужно обойтись, заменив близким по смыслу русским словом или вычеркнув всю фразу.

Вообще многочисленные названия, аббревиатуры, классификации воспринимаются куда хуже, чем рассказ о процессе, действии, химическом или физическом свойстве. Совершенно ни к чему, например, перечислять цифробуквенные обозначения девяти подгрупп данной группы белков, если в статье говорится только об одном белке одной группы.

Ни к чему отвечать на вопросы, которых вам не задавали. ... Большинству непрофессионалов вполне достаточно рассказа о том, что было сделано. Почему это было сделано так, а не иначе — подобный вопрос у них, скорее всего, и не возникнет.

Не следует бояться, что из-за всего этого изложение станет неточным. Оно не будет более точным, если в текст вернуть все непонятные слова, которые были вычеркнуты во время превращения научной статьи в научно-популярную. Причина проста: непонятное слово не несет информации. Пользы от него нет, а вред возможен, если человек, устав разгадывать загадки и осознав свою некомпетентность, бросит читать» [6].

Обязательно надо написать кое-что, не всегда присутствующее в научной статье: не только что, но и зачем было сделано. Люди имеют право не знать, какой может быть прок от хитинопротеинов или фторпроизводных углеводородов. Будь это чистая наука, удовлетворение любопытства или решение прикладной задачи — какая-то цель у исследования всегда есть» [7].

Какой же должна быть популяризация научных знаний в XXI веке?

По мнению ряда ученых и журналистов, новые реалии выдвигают требования к разработке новой стратегии распространения научных достижений. Как считает кандидат физико-математических наук, главный редактор альманаха «Кентавр» и сайта «Методология в России» (www.circle.ru) Г.Г. Копылов, чтобы грамотно воплощать в жизнь практику популяризации науки, необходимо учитывать следующие современные факторы:

- «- единой линии развития человечества больше нет, действует несколько проектов, локализованных в странах Западного мира, новых азиатских странах, Исламском мире. Все сильнее слышны экологические возражения против прогресса;
- социокультурные и научно-технологические нововведения продвигаются сейчас только совместно;
- единая «практика прогресса» отсутствует, разные «части человечества» живут в разных практиках, значимость научного мышления потеряла свою безусловность;
- единая сфера науки разбилась на ряд национальных и внутрифирменных проектов, поэтому позиция посредника между сферой науки как целым и обществом как целым потеряла свой смысл» [8].

В связи с этим, современная сфера научной популяризации может принять две стратегии. Г.Г. Копылов формулирует их противоположными друг другу. Стратегия первая – восстановление старых проектов и идеологии, борьба против новых практик, воссоздание ценности традиционного образования.

Стратегия вторая – пересмотр прежних, существующих до сих пор оснований и принципов, формулирование новых задач. По мнению Г.Г. Копылова, надо работать с сегодняшним фронтом социокультурных изменений, то есть: «разъяснение смысла разнообразных социальных проектов, их замысла, устройства, организации и требуется от сегодняшней популяризации» [8; с.111]. При этом от популяризатора требуется в первую очередь «гуманитарно-организационная квалификация»: важным становится не рассказ о научном открытии, а сообщение, как была организована работа над ним, кто и как заинтересовался техническими применениями, в какой организации были задуманы и разработаны высокотехнологические продукты, какое изменение жизни за этим последует. Исходя из этого, специалистами предлагается следующая миссия современного научного популяризатора: «включение людей в те общественные процессы, в которых они могут участвовать, занимая активную или понимающую позицию. Необходимо включать человека в то множество социальных организованных проектов, из которого состоит сегодняшний «передний край» общественных достижений» [8; с.111].

Немаловажно и то, что в современных условиях распространитель-популяризатор должен быть «переводчиком» между разными практиками, передавая структуры смысла из научной в научно-популярную или просто популярную область СМИ. Г.Г. Копылов утверждает, что «популяризация должна служить «мостом» не между наукой и публикой,

а между научными проектами и бизнесом, способствуя становлению инновационной системы» [8; с.112]. На наш взгляд, такой принцип может быть применен для естественных и технических наук и совершенно не пригоден для распространения достижений в гуманитарной сфере деятельности человечества. Но в любом случае важна именно передача смысла научной практики, «расшифровки» для читателя-неспециалиста в данной области знаний различных терминов, понятий, объяснением важных в той или иной области проблем и их решений.

### Список литературы

- 1. Пичугина Т.Б. Что каждый журналист должен знать о науке, а каждый ученый о журналистике // Российская наука и СМИ. Сб. ст. междунар. Интернет-конференции 5 ноября 23 декабря 2003 г. на портале www.adenauer.ru / Под общ. ред. Ю.Ю. Черного, К.Н. Костюка. М.: КноРус, 2004. С. 144.
- 2. Rensberger B. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.nieman.harvard.edu/reports/02—3NRfall/02-3NRfall.pdf Дата обращения: 10.07.2017 г. Перевод содержится в статье Т.Б. Пичугиной. См.: Пичугина Т.Б. Что каждый журналист должен знать о науке, а каждый ученый о журналистике // Российская наука и СМИ. Сб. ст. междунар. Интернет-конференции 5 ноября 23 декабря 2003 г. на портале www.adenauer.ru / Под общ. ред. Ю.Ю. Черного, К.Н. Костюка. М.: Кно-Рус, 2004. С. 145.
  - 3. Там же. С. 146.
- 4. You and the media [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.agu.org/sci\_soc/MediaGuige.pdf. Дата обращения: 18.02.2018.
- 5. Ломоносов М.В. Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии. Избр. произв.: в 2-х т. М., 1986. Т. 1. С. 217—218.
- 6. Клещенко Е.В. Научно-популярная статья: компромисс между точностью и ясностью // Российская наука и СМИ. Сб. ст. междунар. Интернет-конференции 5 ноября 23 декабря 2003 г. на портале www.adenauer.ru / Под общ. ред. Ю.Ю. Черного, К.Н. Костюка. М.: Кно-Рус, 2004. С. 106–107.
- 7. СМИ. Сб. ст. междунар. Интернет-конференции 5 ноября -23 декабря 2003 г. на портале www.adenauer.ru / Под общ. ред. Ю.Ю. Черного, К.Н. Костюка. М.: КноРус, 2004. С. 106-107.
- 8. Копылов Г.Г. Популяризация науки: какой ей быть? // Российская наука и СМИ. Сб. ст. междунар. Интернет-конференции 5 ноября —

23 декабря 2003 г. на портале www.adenauer.ru / Под общ. ред. Ю.Ю. Черного, К.Н. Костюка. – М.: КноРус, 2004. – С. 110.

# Modern approaches to the practice of popularization of scientific knowledge in the media

R.P. Bakanov Kazan Federal University rbakanov@yandex.ru

The author of this article has identified three approaches that can guide journalists in the preparation of scientific articles popularizing scientific achievements. Also based on the recommendations of Russian and foreign scientists and journalists, useful advice is summarized, how interesting it is to write about scientific discoveries, the daily work of scientists, and to make information easily perceived by the mass media audience. The main rule of the scientific popularizer: more simple, exciting information and the easier you write, the faster your audience will remember your heroes.

*Key words:* journalism, science, popularization of science in the mass media, scientist, research, evaluation, objectivity, experiment, cognition, consciousness, entertaining presentation, the audience.

УДК 070

# Русский язык как язык межнационального общения (по материалам этнических СМИ ПФО)

© 2018 г. А.В. Барсукова Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского barsukovalina@gmail.com

Статья посвящена анализу роли русского языка как языка межнационального общения в системе СМИ Приволжского федерального округа. Рассматриваются понятия «этническая журналистика» и «язык межнационального общения». На основании проведенного исследования автор анализирует функции русского языка и его значение для гармонизации межнациональных отношений.

*Ключевые слова:* Приволжский федеральный округ, этническая журналистика, межнациональное общение, русский язык.

Межнациональные отношения — один из актуальных и злободневных вопросов в общественной жизни современной России. В последнее время в современных исследованиях все чаще отмечается тенденция, которая сложилась в мире: наряду с мощными процессами глобализации идут «параллельные и противоположно направленные процессы обострения национальных чувств... возрастает значение категории национальной идентичности» [1]. Этим и обоснован высокий интерес отечественных средств массовой информации к обозначенной проблеме. Кроме того, многочисленные научные исследования фиксируют значимую роль СМИ не только в освещении этнических аспектов жизни, но и в регулировании самих межнациональных отношений.

Этническое разнообразие населения России – аспект, создающий особые условия для формирования национального ренессанса. На сегодняшний день в стране проживает более 200 национальностей, говорящих на разных языках.

Задача, которую мы ставим в данной статье, заключается в анализе роли русского языка как языка межнационального общения в системе СМИ Приволжского федерального округа (далее –  $\Pi\Phi O$ ).

Территориальные рамки исследования ограничиваются территорией ПФО, в состав которого входят 14 субъектов Российской Федерации. Уникальность округа заключается в том, что здесь тесным образом переплетены русская, тюркская и финно-угорская культуры, гармонично сосуществуют различные конфессии, языки и традиции. ПФО является одним из самых полиэтничных регионов РФ, где проживает около 140 этносов: русские (более 70%), татары, башкиры, чуваши, удмурты, мордва, марийцы, коми-пермяки, а также представители других наций, национальностей и этнических групп.

Предметом нашего исследования является этническая пресса на русском языке.

Одним из продуктивных способов сохранения национальной идентичности и развития межкультурной коммуникации в современном обществе является журналистика.

Природа понятия «этническая журналистика» двойственна: вопервых, такой журналистикой можно считать ту, которая обращается к тематике межэтнического взаимодействия, особенностям жизни, быта и культуры других народов; во-вторых, это журналистика этнических меньшинств, диаспор, издающаяся на национальных языках.

На отмеченную неоднозначность термина указывает профессор кафедры социологии Мордовского государственного университета О.А. Богатова. Она отмечает этническую прессу как особый тип СМИ: «Под

этнической прессой понимаются средства массовой информации, главной задачей которых является освещение этнических проблем или реализация этнокультурных потребностей этнических групп» [2].

Напротив, некоторые исследователи определяют этническую журналистику, исходя из языковой формы СМИ, то есть к этнической журналистике относятся все СМИ, которые издаются на территории России не на русском языке [3]. Согласно этой точке зрения, этническая журналистика возникла лишь в 1990-х годах, когда в России стали появляться СМИ, печатающиеся и вещающие на языках различных народов. В 2001 году, к примеру, в стране таких СМИ было 825, в 2004-м — уже 1 355. В начале 2011 года в России печатные издания выходили на 35 языках, а теле- и радиовещание велось на 50 языках народов, проживающих в стране [4]. В ПФО на 2016 год насчитывалось 513 таких средств массовой информации.

По аналогии с социожурналистикой в концепции профессора Санкт-Петербургского государственного университета С.Г. Корконосенко этническая журналистика определяется как уровень квалификации сотрудников СМИ, который характеризуется этнологической культурой мышления, поиска, сбора, интерпретации информации, а также социальной ответственностью за последствия своей деятельности [5].

Мы будем опираться на определение этнической журналистики, предложенное профессором, доктором политических наук И.Н. Блохиным: «Этническая журналистика — это журналистика, выполняющая функции самопознания народом своего этнического бытия, консолидации и интеграции этноса, сохранения и развития его культурной самобытности» [6]. По его мнению, существует два варианта определения термина. В первом случае — это журналистская деятельность, которая освещает этническую тематику. К ней относятся публикации, в которых описывается культура и быт народа, специфические особенности этноса. При описании второй дефиниции этническая журналистика представляется ученому как комплекс СМИ диаспор и различных организаций общинного типа. Таким образом, под этническими СМИ в настоящем исследовании понимается пресса, выпускаемая на русском языке и языках этнических групп и нацеленная на конкретную аудиторию.

Согласно проведенному анализу выяснилось, что на территории ПФО выходит около 7 000 газет и журналов, освещающих вопросы культуры, языка, традиций, связанных с национальной самоидентификацией различных народов, из них 6% — на одиннадцати языках народов России [7]. Например, в Нижегородской, Кировской, Оренбургской, Самарской

областях, в Пермском крае, в республиках Мордовия, Марий Эл, Удмуртия выходят издания на татарском языке («Туган Як», «Дуслык», «Яна Вакыт» и т.д.). В республике Татарстан на титульном языке выходит 120 изданий. На чувашском языке выходят газеты и журналы в республиках Татарстан, Башкортостан, Пермском крае, Самарской области, на мордовском языке — в Ульяновской области (газета «Ялгат»), Самарской области («ВалдоОйме» — печатный орган Самарской региональной общественной организации «Мордовский национально-культурный центр «Масторава») и другие [8].

При этом самым популярным и распространенным языком этнических СМИ является русский язык. С социальной точки зрения языки выполняют различные функции: одни действуют в рамках только своей национальной территории, другие — связывают многие народы и страны. Любое многонациональное государство не может обходиться без единого средства общения, так называемого языка-посредника [9].

Традиционно языком межнационального общения называют язык, посредством которого преодолевают языковой барьер представители разных этносов внутри одного многонационального государства. Выход любого языка за пределы своего этноса и приобретение им статуса межнационального — процесс сложный и многоплановый, включающий в себя взаимодействие целого комплекса лингвистических и социальных факторов.

В историческом развитии русский язык стал межнациональным и межгосударственным, являясь «членом клуба мировых языков», он стал связующей нитью между многими народами во времени и пространстве.

Россия всегда была уникальной страной, в которой гармонично существуют большое количество языков. По мнению директора Института этнологии и антропологии РАН В.С. Тишкова, «национальное-русское двуязычие, в том числе официальное, — это тот вариант, который может стать самым сильным средством в пользу культурного плюрализма и избежать этнических конфликтов» [10].

Без языка-посредника не может нормально функционировать ни одно многонациональное государство и даже любой полиэтничный коллектив. Очевидно, что гражданин многонациональной страны не может знать все языки населяющих ее народов. Поэтому на роль языка-посредника претендует наиболее распространенный, исторически обусловленный и выгодный с точки зрения экономических и политико-культурных условий язык. Сегодня в Российской Федерации, в том числе и на постсоветском пространстве, таким является русский язык. Его считают род-

ным большинство населения страны. Согласно последней переписи населения, проходившей в 2010 году, в Российской Федерации проживает 142 905 200 человек, из них 29 899 699 человек живут в ПФО. Национальный состав округа выглядит следующим образом: русские -19 811 351 (66,26%), татары -3 999 568 (13,38%), башкиры -1 282 794 (4,29%), чуваши -1 272 790 (4,26%), мордва -617 050 (2,06%), удмурты -497 214 (1,66%), марийцы -473 015 (1,58%), украинцы -272 385 (0,91%).

К тому же, русский язык характеризуется внутренней однородностью. Территориальные диалекты близки между собой, народно-разговорная и литературная формы русского языка относительно близки по произношению и написанию слов. Язык обладает богатым словарным фондом и терминологией по всем отраслям науки и техники, выразительной краткостью и ясностью лексических и грамматических средств, развитой системой функциональных стилей, способностью отразить все многообразие окружающего мира.

Благодаря публикации материалов на русском языке на территории ПФО можно говорить о диалоге культур и межнациональном взаимодействии. Русский язык раскрыл многоцветную палитру национальных культур, традиций, рассказал о литературе и фольклоре коренных народов округа.

Очевидно, что исключительное употребление только своего языка может привести к искусственной изоляции, к условиям, когда для населения окажутся в определенной степени закрытыми достижения мировой культуры, науки, техники, а собственные открытия останутся в границах национальной республики.

Русский язык не заменяет языков коренных народов, а обслуживает этнические группы России. В жизни каждого народа оба языка — национальный и русский — выполняют разные, но социально важные функции: один является средством самоидентификации и возможностью передавать последующим поколениям национальные традиции, другой — элементом межнационального общения.

### Список литературы

- 1. Кокумбаева Л.А. Национальная идентичность как междисциплинарное понятие современной гуманитаристики // Известия Алтайского государственного университета. -2007. № 4: в 3-х ч. Ч. 2. С. 198–202.
- 2. Богатова О.А. «Конструирование этничности» и этническая пресса // Информационная политика в регионе: между прошлым и будущим: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. в МГУ им. Н.П. Огарева 19

- дек. 2002 г. / МГУ им. Н.П. Огарева; Под ред. П.Н. Киричека. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2003. С. 149.
- 3. Кондакова А.Н. Разноязычная пресса России // Пресса и этническая толерантность. –М.: ИЭА РАН, 2000. С. 16-17.
- 4. Бромлей, Ю.В. Очерки теории этноса. М.: Наука, 1983. 418 с.
- 5. Социология журналистики: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. С.Г. Корконосенко. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 65.
- 6. Блохин И.Н. Этнологическая культура журналиста // Вестник С.-Петербск. ун-та. Сер. 9: Филология. Востковедение. Журналистика. -2008. -№ 2-2. -С. 302-307.
- 7. Савинова О.Н. Культурная традиция и роль СМИ в межкультурном диалоге: опыт Приволжского Федерального округа // Вестник Нижегородск. ун-та им. Н.И. Лобачевского. -2012. -№ 1–2. -C. 340–343.
- 8. Барсукова А.В. К вопросу межкультурной коммуникации (на примере печати П $\Phi$ O) // Вестник Марийского государственного университета. 2016. № 4 (24). С. 77–80.
- 9. Русский язык и культура речи: учебное пособие / Н.Г. Самсонов, Л.Н. Самсонова. Министерство образования Республики Саха (Якутия). Якутск: Изд-во Якутского госуниверситета, 2010. 226 с.
- 10. Тишков В.С. Необходимость национально-русского двуязычия // Комсомольская правда. 1994. от 16 марта.

## Russian as a language of interethnic communication (based on the materials of ethnic mass media of Volga district)

A.V. Barsukova

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod barsukovalina@gmail.com

The article is devoted to the analysis of the role of the Russian language as the language of interethnic communication in the media system of the Volga Federal District. The concepts of "ethnic journalism" and "language of interethnic communication" are considered. Based on the study, the author analyzes the functions of the Russian language and its significance for harmonizing interethnic relations.

*Key words:* Volga Federal District, ethnic journalism, interethnic communication, Russian language.

#### УДК 070

# Возможности интерактивных видеоформатов в формировании межнационального и межкультурного диалога

© 2018 г. В.А. Бейненсон Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского beynenson@eduthon.ru

Интерактивные видеоформаты являются эффективной формой взаимодействия с современным пользователем. Они позволяют удерживать внимание, вызывать эмпатию. К ним можно отнести веб-документари, видео с использованием виртуальной реальности, панорамные видео. Данные форматы могут быть применены при создании материалов о жизни и культуре представителей других стран и народов, поскольку позволяют разрушать стереотипы через эмоциональные истории реальных людей. Однако использование данных форматов сталкивается с различными сложностями и часто выглядит экспериментально.

*Ключевые слова:* интерактивное видео, веб-документари, виртуальная реальность, панорамное видео, эмпатия.

Интерактивность является одним из базовых, ключевых принципов развития системы современных интернет-СМИ. Именно возможность технологии Web 2.0, подразумевающая возникновение и развитие интерактивного интернета, ознаменовала начало эпохи новых медиа. Это означало кардинальные перемены в способе медиапотребления, смену пользовательских привычек и требований к медиапродукции, изменения характеристик интернет-аудитории. Пользователь перестал быть лишь адресатом, получил возможность самостоятельного размещения контента в Сети и приобрел свойства «просьюмера» (producer + consumer), то есть потребителя и производителя в одном лице.

Другим базовым изменением аудитории новых медиа стала потребность в визуализации информации. Видео продолжает оставаться в статусе наиболее востребованного и перспективного формата [1]. При этом традиции телевизионных «вещательных» журналистских видеоматериалов оказались слабо применимы для сетевой аудитории, которая уже успела привыкнуть к режиму интерактивного взаимодействия с медиапродуктом. Получили широкое распространение такие форматы, как интерактивное фото, интерактивная карта, различные виды интерактивной инфографики: таймлайны, облака тегов, схемы, графики, диаграммы и другое. Все эти форматы отличаются возможностью для пользователя «индивидуального режима» потребления материала: выбора порядка

освоения, степени детализации и «глубины» погружения в тему. Кроме того, интерактивные форматы вносят в процесс медиапотребления элемент игры, что, разумеется, уместно не для каждого журналистского материала, но при этом позволяет привлекать и удерживать внимание аудитории.

Соединить в себе эти две тенденции (популярность видео и интерактивный режим потребления) позволяют видеоформаты с интерактивными возможностями. К числу таких форматов, которые на сегодняшний день применимы в журналистских материалах, можно отнести интерактивные веб-документари; видео с использованием виртуальной реальности; панорамные видео.

Объединяет все эти форматы то, что они позволяют «погрузить» пользователя в ситуацию, предоставить максимальное количество визуальной информации, создать эмоционально заряженное повествование и при этом позволить ему самостоятельно выбирать «режим потребления», в большей или меньшей степени варьировать увиденное. Кроме того, интерактивные возможности позволяют вовлечь легко отвлекающегося в сетевом пространстве пользователя и удерживать его внимание относительно продолжительное время.

Эти возможности могут являться хорошим инструментом для создания материалов, которые могли бы избавлять от национальных и культурных стереотипов, знакомить с жизнью других стран и народов путем создания ярких, эмоционально насыщенных историй. Однако, несмотря на априорные достоинства, применение указанных форматов в журналистской практике имеет ряд сложностей.

Веб-документари, или веб-документалистика, — это «особым способом снятый документальный фильм, снабженный мультимедийными элементами, цель его — предоставить зрителю свободу просмотра, а автору — возможность соединить видеоматериалы, аудиозаписи, текстовые файлы, фотоизображения, анимацию, графические символы» [2; с. 118]. Такие материалы часто напоминают видеоигру с разветвленной навигацией, где пользователь имеет возможность смотреть видеофрагменты в произвольном порядке, изучать дополнительные «привязанные» к видео мультимедийные материалы (инфографику, фото, текст), где могут раскрываться детали, предлагаться предыстория. Зритель становится как бы соавтором материала, каждый раз по-разному «собирая» историю из ее элементов.

Подобный формат довольно успешно воплощается в социальных проектах, призванных вызвать сильные эмоции, проявить сочувствие, эмпатию. В пример можно привести проекты «Всем миром. Год спустя»

производства Первого канала о наводнении в Хабаровском крае в 2013 году, проект «Кремлевские звезды» от команды интернет-издания «Такие дела» об умирании одного из моногородов, проект «Шестнадцать минус» информационного агентства «Россия сегодня» о несовершеннолетних матерях. При этом интерактивная составляющая позволяет привлечь к проблеме молодую часть аудитории.

Вопросам межнационального и межкультурного диалога был посвящен проект в формате веб-документари «Хочу верить!» [3] (2013 г.) от агентства «Россия сегодня». Он был приурочен ко Дню народного единства и посвящен вопросам духовного поиска молодого поколения. В материале есть главная героиня — молодая девушка Татьяна, которая хочет сделать осознанный выбор религиозного направления и вместе с аудиторией совершает экскурсию в мечеть, синагогу, православный храм, римско-католический собор. Там ее встречают и рассказывают каждый о своей религии, о своей духовной и обыденной жизни верующие молодые люди, ее ровесники. Важным моментом являются сцены общей дружеской беседы молодых людей, принадлежащих разным религиям и конфессиям, во время которой они говорят о проблемах и стереотипах, пытаются их преодолеть, отвечая Татьяне (а заодно и зрителям) на сложные вопросы о вере.

Нужно отметить, что сейчас интерактивные функции проекта уже недоступны — можно посмотреть только линейное видео, однако изначально можно быть выбирать порядок просмотра историй, прикрепленные дополнительные материалы (инфографику, видео, карты), существовала система тегов и ссылок, по которым можно было «путешествовать» от одной истории к другой или обратно к линейному сюжету. Эта проблема характерна и для других мультимедийных проектов, которые занимают много места на сервере. Поэтому интернет-СМИ со временем вынуждены их либо лишать интерактивной составляющей, либо удалять пеликом.

Однако потенциал интерактивного вебдока может быть реализован с различными целями. Примером является проект «Грозный. 9 городов» [4] (2014 г.), где речь идет о судьбе разрушенного военными действиями города, который только еще начинает восстанавливаться и испытывает много трудностей. Город Грозный по замыслу авторов должен был предстать перед зрителями в девяти образах — «Город обычных людей», «Город слуг народа», «Город религии», «Город мужчин», «Город нефти», «Город женщин», «Город чужих», «Город, которого нет», «Город войны». Сам проект состоит из двух частей, каждая из которых работает на создание этих девяти образов. Первая часть — линейный фильм-

зарисовка, состоящий из слайдшоу из фотографий вперемежку с видеофрагментами и условно разделенный на девять отрезков. Вторая часть – интерактивная, и каждый «город» раскрывается в виде особого раздела, где содержатся материалы в текстовом, графическом, аудио-, фото-, видеоформатах. Несмотря на то, что проект отличается острым критическим тоном по отношению к руководству республики и негативной оценочностью, внимания заслуживают образы жителей города, каждый из которых рассказывает свою историю о жизни во время войны, надеждах на сохранение мира, своих тревогах и опасениях. Эти истории вызывают сильные эмоции, искреннее сопереживание, но сам проект, скорее, создает и укрепляет новые стереотипы, чем помогает разрушить старые, и удержать хрупкий, недавно обретенный мир в республике. Большую роль играет подбор фоновой музыки, усиливающей ощущение трагизма и безысходности ситуации. Таким образом, необходимо иметь в виду, что данный формат, обладая мощным сугтестивным потенциалом, может быть реализован для разных задач и к восприятию подобных материалов необходимо подходить осмысленно.

Несколько по иным принципам строятся интерактивные материалы с использованием виртуальной реальности и панорамного видео. Данные форматы относятся к так называемой иммерсивной журналистике, или журналистике погружения, задача которой «поместить» пользователя в ситуацию, позволить ему там «оглянуться», самостоятельно выбрать ракурс просмотра.

Основателем данного направления считают американского исследователя и журналиста Нонни де ла Пенью. Она связывала развитие иммерсивной журналистики с технологией виртуальной реальности и создала ряд проектов, воспринимаемых посредством VR-очков или их аналогов. VR-технологии использовали в своих проектах такие издания, как NYT и The Guardian. Однако данные проекты были сделаны с применением компьютерной графики и напоминали игры с документальной или публицистической основой, что не всегда выглядело уместным.

В качестве проекта, позволяющего пользователю «погрузиться» в незнакомый мир другой страны и сопереживать проблемам ее людей, можно назвать «Проект «Сирия» [5], созданный Нонни де ла Пенья (2014 г.). Проект профинансирован Мировым экономическим форумом с целью рассказать лидерам стран о бедственном положении сирийских детей. Видеоматериалы, на основе которых появился проект, были созданы с помощью компьютерной графики. Аудиоматериалы — это оригинальный звук и интершум, которые присутствуют на протяжении всего видео. В первой части зритель оказывается на одной из улиц Алеппо. Он может

смотреть по сторонам, передвигаться внутри виртуальной реальности. Внезапно раздается взрыв. На какие-то пару секунд вся улица погружается в дым, начинается паника. Во второй части зритель перемещается на территорию изначально пустого лагеря беженцев, постепенно она наполняется людьми. Закадровый голос сообщает факты о количестве беженцев из Сирии и их бедственном положении.

Проект был призван вызвать сочувствие жителей стран, вынужденных принимать беженцев, однако эксперимент нельзя назвать удачным. Распространение технологии виртуальной реальности в журналистике осложнено дороговизной и длинным циклом производства, а также проблемами с восприятием таких проектов, например, головокружением при просмотре проекта в VR-шлеме. Кроме того, «игровая» природа формата диссонирует в данном случае с трагической проблематикой.

При этом формат панорамного видео лишен указанных недостатков. Хотя оно дает наименьшую «глубину» погружения, эта технология уже прочно вошла в инструментарий журналистики. Формат не требует использования дополнительного оборудования или установки приложений, поддерживается YouTube, доступен широкой аудитории. Часто 360-градусные видео называют виртуальной реальностью, что размывает представления об обоих понятиях.

Панорамное видео дает возможность пользователю осмотреться на месте события, выбрать нужный ракурс и желаемый объект внимания и при этом является реальным видеорядом, а не компьютерной реконструкцией. Среди ведущих медиабрендов, выпускающих проекты с панорамным видео, можно назвать NYT, The Guardian, а также CNN и другие. К российским и мировым лидерам данного направления можно отнести RT с разделом сайта «RT360» [6], содержащим 126 панорамных видео. По количеству и регулярности появления подобных проектов RT превосходит зарубежных коллег, а также отличается наличием оперативного контента. Условно их материалы можно разделить по тематике: экскурсии, праздники, спорт, протесты, социальные акции, разрушенные города, космос, военная тематика. Самой простой и очевидной разновидностью применения панорамного видео для просвещения аудитории о жизни других стран можно считать панорамные экскурсии в сопровождении рассказа об их истории, культуре, традициях, например, по ТельАвиву, Яффе, берегам Мертвого моря. Несколько материалов RT посвятило разного рода массовым мероприятиям в различных странах, например, акциям протеста во Франции, на Филиппинах, в Испании. Благодаря технологии зритель попадает в самую гущу событий.

Поскольку RT в большей степени ориентировано на зарубежную аудиторию, интерес представляют видеозарисовки о событиях в России, например, Москва с высоты птичьего полета, музыкальный фестиваль «Спасская башня» и экологическая акция «День Земли» на Красной площади. Использование панорамного видео для освещения концертов классической музыки и балетных спектаклей кажется не вполне оправданным, поскольку смена ракурса не добавляет новых впечатлений. Зато ряд материалов, посвященных юбилею революционных событий 1917 года и представляющих собой реконструкцию исторических эпизодов вековой давности, можно назвать интересным экспериментом. Указанные видеоматериалы имеют цель расширить знания о других странах и народах, в том числе России, вызвать к ним интерес.

Однако видеоэкскурсии могут носить не только носить ознакомительный характер, но и поднимать сложные проблемы организации межкультурного диалога в зонах долговременных конфликтов. Например, материал Euronews о городе Хеврон [7] на западном берегу реки Иордан, поделенном на палестинскую и израильскую зоны так, что жители по несколько раз в день вынуждены проходить через КПП. На его территории находится Пещера Патриархов — святыня одновременно для иудеев, мусульман и христиан. Само пространство Пещеры также разделено на иудейскую и мусульманскую зоны, а одна из главных святынь — могила Авраама расположена на границе этих зон. Зритель может попеременно «поворачивать голову» в сторону мечети и синагоги, которые здесь находятся внутри одного здания, и почувствовать себя на символическом «тектоническом разломе» культур, где их мирное сосуществование очень зыбко и требует бережного отношения.

Особого внимания заслуживают проекты в формате панорамного видео, которые раскрывают драматичные истории народов, столкнувшихся с войной. Подобные проекты порождают в зрителе сильные эмоции и настоящие переживания, сочувствие.

Нужно отметить, что существует достаточно много материалов в формате панорамного видео, представляющих собой некомментированные видео из разрушенных войной пустынных городов, например, материал RT из Каракоша (Ирак) [8] или BBC из сирийского города Ракка [9]. Подобные материалы носят лишь иллюстративный характер и не формируют эмоциональные образы.

Совершенно иное впечатление производят похожие по характеру видеоряда материалы, где образ разрушенного города преломляется через видение тех или иных героев. Во-первых, это может быть образ ре-

портера, который присутствует в кадре и проводит нас по разбитому войной городу, делится впечатлениями, эмоциями, воспоминаниями о довоенном городе, поясняет, что тут происходило. Например, корреспондент RT проводит зрителей по пустынному сирийскому Хомсу, с риском забирается на крыши зданий, делится впечатлениями, отмечает, что «здесь царит полная тишина и это страшней всего» [10]. Другой корреспондент RT является проводником по освобожденной части Алеппо, показывает линию фронта, проходящую по одной из улиц, осторожно пытается беседовать с малочисленными местными жителями. Атмосфера напряженности и тревоги за судьбы людей передается зрителям панорамного репортажа [11].

Репортер может быть не просто наблюдателем и экскурсоводом, но может погружаться в самую гущу драматичных событий в городе, где идет война. Например, журналист New York Times оказывается непосредственно рядом с бойцами, освобождавшими в 2014 году районы города Фаллуджа (Ирак) [12], захваченного запрещенной в России группировкой ИГИЛ. Панорамное видео позволяет не только увидеть масштаб разрушений в городе, когда журналист снимает проездку на танке, но и передать различные эмоции участников событий. Репортер является человеком извне на этой войне, он пугается звуков далеких взрывов, а, повернув взгляд, зритель видит, что бойцы над этим только посмеиваются. Далее пользователь «попадает» в лагерь беженцев за пределами города и видит, как пережидают бои многодетные семьи, как люди отчаялись по несколько раз отстраивать свои жилища, поскольку война периодически возвращается последние тридцать лет.

Истории о беженцах и их судьбах раскрывают гуманистический потенциал формата панорамного видео, поскольку пользователь не просто смотрит на этих людей со стороны, а видит их очень близко, оказывается как бы среди них, их эмоции легко передаются, их рассказы оказывают мощное воздействие. Например, проект Clouds Over Sidra [14] рисует образ девочки Сидры из Сирии, которая живет в лагере беженцев. Рассказчиком является сама героиня, и это становится одним из принципиальных выразительных приемов. Рассказ ведется на очень простом английском, чтобы проект мог получить широкую аудиторию по всему миру, также это добавляет образу убедительности. Зритель видит, как протекает обыденная жизнь в лагере, как дети ходят в школу, играют в футбол, в компьютерные игры, мужчины занимаются в импровизированном спортзале, пекут хлеб, все находятся в состоянии ожидания и надежды. Проект полон лиричными, пронзительными, эмоционально

насыщенными деталями, позволяющими пользователю поставить себя на место героев, проявить сочувствие.

На образах детей-беженцев также построен проект The Displaced от The New York Times [15]. Зритель знакомится с историями трех детей: Олега с Донбасса, Чуола из Южного Судана, Ханы из Сирии. Все они вынуждены были покинуть свои дома в связи с военными действиями и пережили смерть родных. Олег вернулся в родное село, но дом его пострадал от бомбежки, школа разрушена. Чуол вместе с общиной живут за счет гуманитарной помощи, которую сбрасывают с вертолета. Хана много работает в поле, чтобы семья могла бы выжить вдали от дома. В проекте много выразительных деталей, делающих образы маленьких героев живыми и запоминающимися. Например, Олег вспоминает, как с друзьями они хотели до войны, чтобы школы не было, когда учителя их ругали — теперь на руинах школы он говорит, что никогда бы сейчас такого не сказал. Чуол хотел бы превратиться во льва, победить врагов, а потом снова стать мальчиком.

Материал выстроен по принципу параллельного монтажа: эпизоды из историй героев перемежаются. Сначала зритель знакомится с каждым из них, потом узнает о войне в их странах, об истории их скитаний и трагедий в семье, об их нынешней жизни и надеждах. Таким образом, зритель видит одновременно уникальность и схожесть их судеб, соотносит с жизнью своей семьи, испытывает глубокую эмпатию.

Подобные проекты позволяют разрушить стереотипный образ чужака по отношению к беженцам, ориентируют нас на гуманитарные ценности, призывают видеть за политическими конфликтами живых людей и находить способы мирного сосуществования.

Таким образом, рассмотренные типы интерактивного видео имеют

Таким образом, рассмотренные типы интерактивного видео имеют мощный потенциал. Однако их использование сталкивается с рядом сложностей, прежде всего, творческого характера. Сложно подобрать подходящий материал, где применение упомянутых форматов было бы оправданным, позволяло «погружать» пользователя, вызвало запланированные эмоции, а не казалось искусственным приемом, «ярким фантиком» без адекватного содержания. Если подобные сложности удастся преодолеть, то, вероятно, можно будет говорить о появлении в рамках интерактивных видео альтернативы формату storytelling — так называемого storyliving [15], когда автор не демонстрирует пользователю разворачивание сюжета, а «забрасывает» его в реальность, где тот получает ощущение от истории или ситуации, что становится частью собственного эмоционального опыта, а нарратив заменяется переживанием.

#### Список литературы

- 1. Круглова Л.А. Гибридные медиа: роль видео в новых медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. №4 С. 101–105.
- 2. Зубко Д.В. Web-documentary в отечественной журналистике // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов.  $2016. N \cdot 1. C. 116 121.$
- 3. Хочу верить! Интерактивный документальный фильм // РИА Новости [электр. ресурс]. Режим доступа: https://ria.ru/tv\_interaction/20131104/974313534.html. Дата обращения: 15.02.2018.
- 4. Грозный. 9 городов [электр. ресурс]. Режим доступа: http://grozny.djehouti.com/grozny/ru/Grozny-9-cities-film.html. Дата обращения: 05.03.2018.
- 5. Project Syria Demo // YouTube-канал USC School of Cinematic Arts [электр. pecypc]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=HtZrSb84JPE. Дата обращения: 20.02.2018.
- 6. RT360 // Сайт RT [электр. ресурс]. Режим доступа: https://www.rt.com/360/ Дата обращения: 05.03.2018.
- 7. Панорамное видео- $360^\circ$ : Хеврон // YouTube-канал Euronews (на русском) [электр. ресурс]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?time\_continue= $38\&v=gmRmPMo\_ASQ$ . Дата обращения: 25.02.2018.
- 8. Видео 360: разрушенный боевиками христианский город Каракош // RT в Facebook [электр. ресурс]. Режим доступа: https://www.facebook.com/RTRussian/videos/1254236808027708/ Дата обращения: 05.03.2018.
- 9. Raqqa streets in 360 video // YouTube-канал BBC News [электр. pecypc]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=4yZciIuFWN0. Дата обращения: 05.03.2018.
- 10. Хомс 360: панорамное видео RT из разрушенного войной сирийского города // Сайт RT [электр. ресурс]. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/article/327282-syria-homs-360-video Дата обращения: 05.03.2018.
- 11. Видео 360: корреспондент RT побывала в освобожденном Алеппо // YouTube-канал RT [электр. pecypc]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?time\_continue=24&v=haPx\_RyvglE Дата обращения: 05.03.2018.

- 12. The Fight for Falluja. 360 VR Video // YouTube-канал The New York Times [электр. ресурс]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=\_Ar0UkmID6s Дата обращения: 05.03.2018.
- 13. Clouds Over Sidra // Within [электр. ресурс]. Режим доступа: https://www.with.in/watch/clouds-over-sidra/ Дата обращения: 05.03.2018.
- 14. The Displaced // YouTube-канал The New York Times [электр. pecypc]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=ecavbpCuvkI Дата обращения: 05.03.2018.
- 15. Storyliving: an athnographic study of how audiences experience VR and what mean for journalists // Google News Lab [электр. ресурс]. Режим доступа: https://newslab.withgoogle.com/assets/docs/storyliving-a-study-of-vr-in-journalism.pdf Дата обращения: 01.03.2018.

# Interactive video formats' opportunities in creation of international and intercultural dialogue

V.A. Beynenson
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod
beynenson@eduthon.ru

Interactive video formats are effective form of communication with a modern user. They allow to hold attention and invoke empathy. Such interactive video formats are web-documentary, VR video, and 360-degree video. They may be used to create content describing live and culture of people from other countries, since allow to break the stereotypes by emotional stories of real persons. However, using these formats faces some difficulties and often looks like an experiment.

*Key words:* interactive video, web-documentary, virtual reality, 360-degree video, empathy.

#### УДК 070.19

## Презентация российских событий 1917 года в отечественной газетной публицистике 2017 года

© 2018 г. С.В. Белковский Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского belckovscky@yandex.ru Даны результаты изучения содержания отечественной газетной публицистики, посвященной 100-летию Февральской и Октябрьской революций. Анализируются тексты, опубликованные в течение 2017 года газетами разной политической направленности и разных форм собственности. Приведены результаты сравнения позиций авторов по ключевым вопросам: истоки, движущие силы и последствия революционных событий для народа, общества и государства. Сделаны выводы о степени поляризации презентации событий 1917 года в современном отечественном историческом и политическом дискурсе.

*Ключевые слова:* революция, эволюция, власть, собственность, общественная психология, объективные и субъективные факторы исторических событий, идеология, монархия, республика, гражданское согласие, примирение.

Накануне 100-летия Февральской и Октябрьской революций Президент РФ высказал важную мысль: «Это весомый повод еще раз обратиться к причинам и самой природе революций в России. И не только для историков, ученых. Российское общество нуждается в объективном, честном, глубоком анализе этих событий. < ...> И уроки истории нужны нам прежде всего для примирения, для укрепления общественного, политического, гражданского согласия, которого нам удалось сегодня достичь» [1]. В этой связи представляется актуальным исследование содержания корпуса публицистических материалов, вышедших в 2017 году. Цель исследования — оценка степени консолидации позиций публицистов по ключевым вопросам: истоки, движущие силы и последствия революционных событий для народа, общества и государства. Объектом исследования выступила совокупность публицистических текстов, по-священных революционным событиям 1917 года и опубликованных в 2017 году. Эмпирическая база исследования включает в себя 248 публицистических материалов, опубликованных в восьми российских периодических изданиях различной политической направленности и различных форм собственности. Предметом исследования является изучение спектра позиций, мнений, аргументации, содержащихся в анализируемых текстах.

Поскольку газетные тексты обращены к широкой аудитории с разными профессионально-демографическими характеристиками, то для концептуализации революционных событий мы сочли возможным использовать Историко-культурный стандарт, который с сентября 2015 года представляет собой научную основу школьного исторического об-

разования. Он, в частности, включает такие вопросы, как причины, последствия и оценка падения самодержавия, взятия власти большевиками и Гражданской войны.

Основными единицами анализа являются понятийно-тематические единицы, отражающие проблемы причинно-следственных связей исторических событий, а также оценки как результат связывания некоторого события с определенным атрибутом.

Спектр суждений публицистов о причинах падения самодержавия выглядит следующим образом.

- 1. Исторические причины:
- а) «петербургское» уклонение от «московской» традиции, «Россия забыла о своих самобытных началах» [2]; б) «Февральская революция имела долгую внутреннюю историю, завершив, по крайней мере, столетний спор власти и общества о том, какой быть России. Февраль 1917-го пик эмансипационного процесса, продолжавшегося с Великих реформ 1860—1870-х годов [3].
  - 2. Экономические причины:
- а) нерешенность «земельного вопроса» «К 1917 году в 27 губерниях европейской части России было заложено в банках 32 млн. десятин частной помещичьей земли на сумму около 32 млрд. руб. На эту заложенную землю и претендовало «огромное большинство», что в рамках существующего государственного порядка невозможно было удовлетворить» [4]; б) «В начале царствования Николая II иностранцы контролировали 20-30% капитала в России, в 1913 г. – 60-70%, к сентябрю 1917 г. – 90-95%. Вот вам и разгадка того парадокса, почему имевшая вроде бы быстрые темпы развития Россия оставалась отсталой страной» [5]; в) «закрытие иностранных рынков, перегрузка железнодорожного транспорта, недостаток порядка и недостаток честности у администрации» [4]; г) «Объективные же факторы свидетельствуют против неизбежности революции. Набирала темп экономика России, ее ВВП составил от мирового примерно 9,4%, и занимала она 4-6-е место в мире, а по уровню промышленного развития – 5-е место» [6]; д) «Годы правления последнего русского императора – 1894-1917. За это время русская промышленность увеличила производительность в четыре раза. Протяженность железных дорог ежегодно увеличивалась в среднем на 1574 км. При этом и сельское хозяйство находилось на подъеме – в 1913 году Россия стала главным экспортером сельхозпродукции в мире (доля в мировом экспорте – две пятых)» [7].
  - 3. Внутриполитические причины:

а) «Февральскую революцию можно было не допустить, будь Николай II более чутким к общественным настроениям монархом. Даже царица Александра Федоровна настойчиво призывала супруга пойти на уступки умеренной оппозиции (имея в виду отказ от самодержавия в пользу конституционной монархии)» [8]; б) «...Милюков вместе со своей массовой радикальной Партией народной свободы сделал по расшатыванию традиционной России гораздо больше, чем нелегалы-большевики или эсеры-бомбисты» [2]; в) «Слабость административной вертикали при внешне жесткой бюрократической системе, слабое знание реалий российской жизни, законодательная анархия – все это в итоге привело к падению монархии» [9]; г) «в самой буржуазии развивалось противостояние двух групп – московской и питерской. Если питерская буржуазия, банковский капитал были тесно связаны с правительством, то московская буржуазия, в значительной степени старообрядческая, доступа к высшей власти практически не имела. Она-то и начала борьбу против правительства и питерского сегмента буржуазии» [10]; д) «Николай II, даровав в 1905 году Манифест, должен был довести дело до конца, установив в стране конституционную монархию. Но, взяв свои прогрессивные намерения обратно, он фактически подписал смертный приговор и империи, и, как оказалось, собственной семье» [11].

## 4. Социальные причины:

а) Хлебные бунты – «К 23 февраля запас составлял всего лишь 300 тыс. пудов. На неделю хватит, а дальше? <...> Начиналось с "Хлеба!", "Мира!", "Верните наших мужей!". На третий день в ход пошло "Долой монархию!"» [12]; б) «...Петроград был самый сытый среди всех других воюющих столиц. Голодала Вена, голодал Берлин, в Англии были карточки. А в России были карточки всего лишь на сахар, потому что гнали самогон и продажу сахара ограничивали. <...> Да, черный хлеб на какоето время пропал. <...> Но люди шли и громили булочные, потому что им сказали: "Хлеба нет"» [13]; в) «...антагонизм между состоятельными классами, в цивилизационном плане четко ориентированными на западные образцы, и народом, который стоял на исконных, традиционных ценностях» [14]; г) «преобладающая часть священноначалия Русской Церкви не осмелилась сказать «нет» разрушительному Февралю, думая, что наступила возможность наконец отказаться от казенной обер-прокурорской опеки Синода» [2].

## 5. Конспирологические теории:

а) Заговор предателей из высшего генералитета – «...для них переворот стал важнее защиты Родины от внешнего врага, важнее собственного народа. Заговорщиками были начальник Штаба Ставки генерал Алексеев и командующие фронтами: Северного – генерал-адъютант Рузский, Юго-Западного – генерал Брусилов, Западного – генерал Эверт» [15]; б) «...абсолютно неправильно считать, что именно эта "внутриэлитная разборка" была стержнем Февральской революции. Гучкову и Ко, я полагаю, и в страшном сне не могло присниться, что жизнь напишет свой сценарий» [5]; в) «недовольство российского общества монархией и конкретным царем, спорный сам по себе тезис о предательстве элиты – вторично, эти факторы не могут рассматриваться как значимые причины революций» [16]; г) Влияние Распутина – «Брусиловский прорыв был остановлен Николаем Вторым по требованию императрицы, поскольку Распутину было видение. А через два месяца Александра Федоровна пишет мужу: "Он просит тебя начать наступление в районе Риги, говорит, что это необходимо..."» [17]; д) заговор государств-союзников – «Антанта стояла за февральским переворотом» [18]; «Нашим западным «союзникам» важно было ослабить Россию изнутри, не допустить ее победы в Первой мировой войне, к которой к марту 1917 г. она была близка» [19]; е) «Не в интересах союзников было ослаблять Россию. В августе 1914 года по просьбе Франции перед решающей для нее битвой на Марне русские войска начали неподготовленное наступление в Пруссии. Тем самым они помогли сорвать план немецкого командования, собиравшегося молниеносно разгромить французскую армию» [8].

### Оценки Февраля:

а) «...это было эпохальное событие, буквально перевернувшее Россию и оказавшее огромное влияние на ход мирового развития» [20]; б) «В Феврале 1917 года никакой революции не было, поэтому Ленин и не мог ее предсказать. Был обычный государственный переворот, инспирированный извне» [21]; в) «Февральская революция стала родоначальником ряда социалистических революций» [22]; г) «Революция февраля 1917 года была революцией разрушения, была направлена против царского самодержавия, против русского имперского централизма, на котором держались гигантские пространства, бесчисленные народы и силы» [23]; д) «Великая русская буржуазно-демократическая революция, начавшись в 1905 году, продолжается более 100 лет, прошла много этапов и не завершилась» [24]; е) «Смысл Февраля — переход от божественной к гражданской легитимации власти. На 12 ноября назначены выборы, на 28 ноября — начало работы Учредительного собрания. Судьбу государства

теперь будут определять избранные народом» [25]; ж) «Эпоха Февраля была слишком недолгой, чтобы демократические традиции укоренились. Для этого требуются не месяцы, а десятилетия. К Октябрю семнадцатого все были подавлены, измучены, истощены. Страна не выдержала испытание свободой» [26]; з) «...крепость монархической власти оказалась иллюзией, большинство народа быстро и безжалостно отвернулось от нее» [27]; и) «Уроки Февраля учат нас тому, что кланово-олигархические режимы – а февралистский режим, как и позднесамодержавный, был кланово-олигархическим – обречены» [10].

Анализ спектра позиций по ключевым вопросам презентации исторической информации о падении самодержавия позволяет сделать вывод о наличии взаимоисключающих трактовок об истоках, движущих силах февральского этапа Великой русской революции.

Рассмотрим спектр суждений публицистов о причинах взятия власти большевиками в октябре 1917 года.

- 1. Исторические причины:
- а) «Октябрьская революция, которая началась в феврале 1917 года, была естественным, неизбежным для нашей страны событием. <...> Революция давно напрашивалась. Неслучайно все командующие фронтами Первой мировой войны и командующий Балтийским флотом сознательно согласились с генералом Алексеевым в необходимости отречения Николая II от престола» [28];
- б) «Причины революции 1917 года незавершенность реформ XIX века, половинчатость реформ Петра Столыпина, громоздкость управления империей и террор народовольцев XIX века, давших Ленина и большевизм» [29].
  - 2. Экономические причины:
- а) «...главной движущей силой этой революции было крестьянство, которое отчаянно сопротивлялось разрушению общины под натиском либерально-индустриального уклада» [30]; б) «главной движущей силой был рабочий класс, составлявший вместе с семьями пятую часть населения страны» [31]; в) «Анархисты были сильнейшей движущей силой октябрьского переворота. Ибо анархисты господствовали в матросских массах Балтфлота» [32]; г) «отсутствовал сколько-нибудь мощный и многочисленный слой собственников в городе» [27]; д) «Октябрьская социалистическая революция была, по сути, великой крестьянской революцией» [24]; е) «Не было единения и между господствующими клас-

сами – дворянством и буржуазией: дворянство уже растеряло свое экономическое господство, а буржуазия не получила его ни в экономическом, ни в политическом плане» [27].

### 3. Политические причины:

- а) «...основным виновником революции являются власти и правящий класс. При этом не снимается вина и с радикальной интеллигенции» [8]; б) «В 1917 году война стала фактором резкого обострения внутриполитической обстановки и реально существующих в обществе антагонизмов» [16]; в) «Мягков: Эволюционное развитие в 1917 г. было возможно. Для этого были все предпосылки, и Россия двигалась по этому пути» [32]; г) «Одна из главных причин и возникновения февраля, и его провала заключается в несовместимости России, русской истории как социокультурного типа с капиталистической системой» [33]; д) «Причем в июне 2017 года вполне можно было бы предотвратить трагическую Октябрьскую революцию, если бы Александр Керенский, в то время председатель Временного правительства, вместе с немецким военным командованием приняли официальное предложение немецкого Рейхстага о заключении «мира без аннексий и контрибуций» [34]; е) «...В любых исторических катаклизмах в конечном счете виновата элита. Еще Платону было известно, что элита вообще неуязвима для народных масс, если она не разделена. Но если элита расколота, то в этом случае она становится весьма и весьма уязвимой, в том числе и для революционных потрясений» [34].
  - 4. Социальные причины:
- а) «100 лет назад Российская империя рухнула потому, что базировалась на сословном обществе, несовместимом с индустриальным производством. Не было социальных лифтов» [35]; б) «крах мифа, созданного дворянами-романтиками от Карамзина до Достоевского, о богоизбранности русского народа. На деле же правы были Тургенев с его замечанием о «добрых мужичках», явившихся к помещику и готовых для порядка повесить не только барина, но и его гостей» [36]; в) «Уже с 4 марта, несмотря на отсутствие юридического отречения от престола дома Романовых, Синод начал рассылать во все епархии телеграммы с распоряжением прекратить упоминать в богослужениях имена членов «царствовавшего дома» ... Именно Церковь сыграла ключевую роль в свержении царской власти как института» [37]; г) «Потрясающий разрыв в уровне доходов между различными группами населения и беспросветная бедность огромного большинства жителей Российской империи» [38]; д)

«...случай, простой субъективный фактор, поразительная воля одного человека, сыгравшие громадную роль в событиях 1917 года (что, кстати, признавали и Ленин, и Троцкий), до сих пор хозяева нашей русской судьбы» [39]; е) «Основная причина социальных потрясений в том, что в России очень рыхлое, незрелое общество, в нем отсутствуют устоявшиеся связи и иерархии, присущие устойчивому социуму, нет достаточного уровня материального благополучия, являющегося надежным барьером на пути революций» [16]; ж) «Глубинной причиной тех событий, как говорил патриарх Кирилл, стало отступление страны от веры, от Бога» [40].

### 5. Психологические причины:

а) «В революциях человеческая воля переживает триумф. Ведь подлинным источником революции является сама природа человека, этого существа, способного к сопротивлению» [30]; б) «русская революция, которая случилась не благодаря Ленину, но которая победила благодаря Ленину (потому что революция началась в феврале, а не в октябре)» [41]; в) «Революция в стране, веками культивировавшей социальное неравенство, запустила невиданные социальные лифты, была ликвидирована неграмотность, построен новый политический и социально-экономический строй. Прогресс в движении к социальной справедливости был достигнут» [42].

### 6. Конспирологические теории:

а) «Именно страны Антанты, судя по всему, согласовали с Берлином эту поездку в пломбированном вагоне. Цель Великобритании и Франции была простой: вызвать революцию в России и, словно искрами от горящей головешки, поджечь Германию» [18]; б) «Фундаментальным условием падения самодержавия стало предательство критически значимой части «элиты». Отколовшаяся часть верхушки всецело была связана с Западом» [43]; б) «Если бы не случилось измены либералов законному царю, совершенной ради перехвата верховной власти, то у большевиков не было бы возможности осуществить очередную «властную рокировку» [2]; в) «...Это была точно такая же "оранжевая" революция, которой мы не хотим допустить сегодня. Точно так же она была организована горсткой людей на иностранные деньги. <...> Зачем немцы снабдили деньгами Ленина? Фактически немцы "купили" у большевиков позорный для России Брестский мир» [44]; в) «...средства на Октябрьский переворот давали и Якоб Шифф, и Вениамин Свердлов, и Чарльз Крейн, и скандинавские банкиры, и немецкое правительство» [45]; г) «Без четкого планирования и больших финансовых вливаний революции не совершаются. Так

кто же дал деньги Ленину на революцию в России? Некто господин Александр Львович Парвус» [46].

Последствия Октября в публицистических материалах выглядят наиболее противоречиво. Для российского государства, общества и других стран последствия Октября представлены следующим образом: а) «Октябрьская революция явилась стержневым событием XX века. Она стала великой не только для России, но для всего мира. Она реально упраздняла капиталистическую формацию и открывала дорогу в будущее» [30]; б) «Влияние революции бесспорно. Во-первых, состоялись, хотя безуспешно в итоге, схожие революции в Европе (Венгрия, Бавария, Болгария, Эстония). Во-вторых, огромное влияние Октябрь оказал на страны Азии, народы Востока» [47]; в) «Весь двадцатый век был порожден русской революцией. Сегодня, в буре революционных перемен, Россия обладает колоссальными преимуществами страны, знающей природу и последствия революции» [48]; г) «Революция 1917 года – одно из крупнейших мировых событий XX века, перевернувшее весь мир, все страны. Россия в XX веке повела за собой весь мир. Без крови ничего великого не рождается» [49]; д) «...идеи радикальной социальной революции – той, столетие которой мы будем отмечать в октябре-ноябре, – вновь становятся актуальными» [50]; е) «Русским реактором, конечно, является революция. Без революции Россия вообще не имеет смысла. Без революции она становится территорией, погружающейся в сон <...> Революция была, есть и остается единственным и важнейшим событием русской истории» [51]; ж) «Разрушительная политическая энергия большевистской революции 1917 года никуда не ушла из нашей жизни. Она лишь поменяла свою форму и стала важной составной частью нашего образа и стиля жизни, всего того, что скрывается за модным ныне словосочетанием «культурный код» [38]; з) «Октябрьская революция стала великой трагедией, в первую очередь для России и союзных республик, но также для большой части земного шара» [34]; и) «События 1917 года были, пожалуй, одними из самых трагичных в истории нашей страны, когда был упущен шанс на ее эволюционное развитие в общеевропейском контексте» [34]; к) «Главный неоспоримый результат большевистского Октября – создание советского человека, который, наверное, никогда уже не увидит ни моральную ущербность революционного террора его вождей, ущербность присвоенного ими права убивать собственное население в «невиданных масштабах», не увидит изначальную противоестественность коммунистического запрета на частную инициативу и частную собственность» [39]; л) «Большевистская революция создала совершенно новые,

основанные на классовых подходах конституционную, общеправовую и правоприменительную системы, которые оказались далеки от принципов гуманизма и общечеловеческих ценностей» [51]; м) «Октябрь – начало духовного закабаления русского народа и всего населения России. <...> Октябрьская революция не вела от капитализма к социализму как общественному строю, основанному на началах справедливости» [22]; н) «Революция была перезагрузкой Российской империи. Революция не изменила и не отменила русский порядок вещей и имперский пресс. Она их модернизировала» [52]; о) «Можно также говорить о трагедии экспорта большевистско-коммунистической революции по всем миру. Это привело к «эффекту домино» по распространению коммунизма. По оценке Фонда жертв коммунизма, более 100 миллионов человек по всему миру погибло во имя ленинизма-коммунизма там, где он царил» [34]; п) «большевики увели Россию с ее исторического пути и создали тоталитарный режим, построенный на насилии и лжи. Режим искалечил народ, и последствия этого сказываются и по сей день — в нашей текущей жизни и политике» [53]; р) «Как видно, лимит на насилие, как и лимит на Идеологию, наша популяция исчерпала в 1917-1953 г. – на сотни лет вперед» [54].

Обобщающие оценки Октябрьской революции диаметрально противоположны:

а) «Гигантский социальный эксперимент — октябрьская революция — определил судьбу человечества на протяжение всего XX века, да и нынешнего времени. Сейчас мы понимаем, что он мог состояться только в России. <...> Та жажда справедливости, та любовь к свободе, которая живет в нашем народе, сотворили, казалось бы, невозможное. Развитие всего человечества пошло по другому пути. И этот путь был обозначен в октябрьские дни 1917 г.» [55]; б) Патриарх Кирилл — «Революция была великим преступлением, и те, кто обманывал народ, кто вводил его в заблуждение, кто провоцировал его на конфликты, преследовали совсем не те цели, которые они открыто декларировали» [12]; б) «Русская революция — событие планетарного масштаба. Она стала величайшим потрясением для миллионов людей в России, но вместе с тем изменила ход мировой истории» [56]; в) «События 100-летней давности имели трагические последствия и для России, и для всего мира» [57]; г) «Определения «Февраль — плохой», «Октябрь — хороший», «Февраль — буржуазная революция», «Октябрь — социалистическая» сегодня не воспринимаются. Многие историки, и я в их числе, склонны смотреть на Революцию 1917

года как на единый сложный процесс, который в декабре 1922-го завершился образованием новой страны под названием Союз Советских Социалистических Республик» [58]; д) «...Ведь именно на прочном фундаменте Красного Октября 1917 года стоят две другие главные Победы нашего народа в XX веке: Победа 1945 года и космический прорыв 1961го» [14]; e) «Нам говорят: благодаря революции мы разгромили фашистскую Германию. Да если бы не революция, не было бы никакой фашистской Германии! Запад создал ее специально против Советского Союза, испугавшись большевистской власти, которая расстреляла царя, рушила церкви, вешала офицеров, расстреливала зажиточных крестьян» [57]; ж) «Наша экономика уступала лишь Германии, Англии и США. По оценкам даже не отечественных, а западных специалистов, не будь революции, к 40-м гг. ХХ в. наша страна должна была выйти в мировые лидеры. К 1941 г. мы могли бы занять место США» [59]; з) «Революция – это наше национальное достояние, которым мы должны гордиться. В октябре 1917 г. это был великий выбор страны и самый творческий, я считаю, период в истории России» [60]; и) «Неужели можно гордиться революцией, если из-за нее погибли миллионы людей? Это страшно!» [57]; к) «Октябрь 1917-го – событие космического масштаба! Америка выросла благодаря нашей революции!» [61]; л) «Я считаю большевистскую революцию трагедией вселенского масштаба» [62]; м) «Октябрьская революция – одно из величайших событий нашей истории. Оно во многом определило все остальные события XX века – и войны, и борьбу красных и белых, правых и левых, и процветание Европы. И даже германский фашизм родился как ответ на русскую революцию... Революция – трагическая часть нашей истории» [63]; н) «Царской ли, буржуазной ли России, не случись Октября 1917-го, Запад никогда бы не дал вызволиться из финансовой удавки, из уготованного ей заранее положения сырьевой полуколонии, вечно отсталого "периферийного капитализма"» [64]; о) «...Жертвы нашей революции и гражданской войны ничем нельзя оправдать. Россия предложила всем странам новую модель социально-политического устройства и стала лидером мирового прогресса» [65]; п) «100 лет назад в России произошел переворот, в результате которого и на этой земле, и по всему миру пошла гангрена – гангрена насилия, разрушения» [66]; р) «...У любого русского человека в старом, дореволюционном смысле должна вызывать боль вся эта история, связанная с Октябрем, с самой страшной катастрофой русского XX века» [39]; с) Октябрь – «катастрофа, случившаяся с великим русским народом и великой русской культурой» [67]; т) «Октябрьская революция – огромная тема и крайне болезненное,

патогенное ядро нашего общества. Тогда, в октябре 17-го года мы сделали что-то огромное, масштабное, что-то чудовищное или, наоборот, прекрасное. Но что же это было? Сто лет русской истории не дали нам ни капли осмысленности в понимании сути этого события» [68]; у) «Главный урок, на мой взгляд, который мы можем извлечь из произошедшего в 1917-м, – необходимость ценить человеческую жизнь» [69].

в 1917-м, – необходимость ценить человеческую жизнь» [69].

Изучение спектра позиций и их аргументации в публицистических материалах, презентующих события 1917 года, позволяет зафиксировать большой разброс мнений. Причины Февраля и Октября обнаруживаются в различных сферах жизни государства и общества и носят как объективный, так и субъективный характер. Так, например, из огромного массива статистических данных одни авторы находят цифры, подтверждающие версию о голодном бунте, другие приводят цифры, говорящие о том, что из всех воюющих стран в России была наиболее благополучная ситуация с продовольствием. Полярные оценки получает деятельность последнего императора, значение различного рода внутренних и внешних заговоров.

Роль главных движущих сил революционных событий у одних публицистов отводится пролетариату, у других – крестьянству, у третьих – анархистам, у четвертых – либералам. Хронологические рамки революций варьируются в интервале от полного отрицания факта революции до утверждения, что революция, начавшись в феврале 1917 года, еще далека от своего завершения. Диаметрально противоположны прогностические оценки возможности революций в современной России: от повторения мантры об исчерпанности «лимита на революции» до утверждения о безальтернативности революционного развития. Характерно, что редакционная политика универсальных изданий выражается в плюрализме представляемых позиций, и читатель может выбрать картину прошлого по своему вкусу. Отсутствует консолидированная позиция у руководителей органов исполнительной власти, депутатов и сенаторов. Противоречивость контента политического дискурса достигает максимума в обобщенных оценках революционных событий и их последствиях, в том числе и международных. Исследование позволяет зафиксировать отсутствие в публицистическом дискурсе фундаментальной ценностной матрицы, характерной для сложившихся политических наций. Поэтому цитируемое в данной работе утверждение о том, что за 100 лет наше общество не смогло понять истоки, сущность и последствия событий 1917 года, конечно, является преувеличением, но его нельзя назвать очень большим.

### Список литературы и примечания

- 1. Послание Президента Российской Федерации Федеральному собранию Российской Федерации, 2016 г. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.kremlin.ru/acts/bank/41550. Дата обращения: 15.02.2018.
- 2. Шульгин В. Наказание, благо или каприз истории? // Литературная газета. -2017.-18 января. -C.5.
- 3. Глебова И. Время выбора // Независимая газета. 2017. 02 ноября. С. 5.
- 4. Рыбас С. Октябрь как трагедия и триумф // Литературная газета. 2017. 01 ноября. С. 3.
- 5. Миронов С.1917-2017. История строгая дама // Аргументы недели. 2017. 20 апреля. С. 8.
- 6 Малашенко А. 1917-й: что это было? // Независимая газета. 2017.-20 июля. С. 5.
- 7. Асмоловский А. Предзакатный отблеск империи // Аргументы недели. 2017. 26 октября. C. 21.
- 8. Кива А. Вперед или назад? Кто и зачем толкает Россию в прошлое // Независимая газета. 2017. 07 апреля. С. 5.
- 9. Архангельский А. Нужно перестать стесняться своего происхождения // Огонек. 2017. 30 октября. С. 18.
- 10. Фефелов А. Зияющая пропасть февраля // Завтра. 2017. 15 марта. С. 1.
- 11. Гонтмахер Е. Шанс на свободу // Московский комсомолец. 2017.-19 октября. С. 3.
- 12. Кудряшов К., Осипов С., Чеботарев А. Февраль 1917-го. Точка невозврата // Аргументы и факты. -2017.-22 февраля. -C.36.
- 13 Тихон, епископ, ответственный секретарь Патриаршего совета по культуре. История реальная и вымышленная // Аргументы и факты. 2017. 19 июля. С. 41.
- 14. Чураков Д. Уроки и значение 1917 года // Литературная газета. 2017. 18 января. С. 4.
- 15. Мультатули П. Как сложились судьбы тех, кто предал Николая II? // Аргументы и факты. -2017.-09 августа. -C.38.
- 16. Беляков А., Туруев И. Ненужная закономерность наших революций // Независимая газета. 26 октября. С. 5.
- 17. Терентьев Д. Как проспали Россию // Аргументы недели. 2017. 02 ноября. С. 8.
- 18. Шигарева Ю., Кудряшов К. и др. Возвращение Ленина. Подробности взрыва // Аргументы и факты. 2017. 12 апреля. С. 38.

- 19. Мультатули П. А было ли отречение от престола? // Аргументы и факты. 2017. 15 марта. С. 36.
- 20. Миронов С. Февраль предвестник Октября // Независимая газета. 2017. — 31 января. — С. 8.
- 21. Ивашов Л. Революция и Россия // Завтра. 2017. 01 ноября. С. 1.
- 22. Макаренко В. Как Октябрь 1917 года породил череду антисоциалистических революций // Независимая газета. 2017. 30 мая. С. 10
- 23. Проханов А. Размышления на станции Дно // Завтра. 2017. 08 марта. С. 1.
- 24. Акоев В. Великая крестьянская... // Литературная газета. 2017.-19 июля. С. 4.
- 25. Чубайс И. Выведем Октябрьскую революцию на чистую воду // Московский комсомолец. -2017.-02 ноября. С. 3.
- 26. Млечин Л. Страна не выдержала испытания свободой // Московский комсомолец. -2017.-16 октября. -C.~8.
- 27 Торкунов А. Народная энергия насилия // Независимая газета. 2017.-10 марта. С. 5.
- 28. Сухомлинов В. От Февраля к Октябрю // Литературная газета. 2017. 22 марта. С. 4-5.
- 29. Емельяненко В. Октябрь все-таки наступает // Российская газета. 2017. 15 сентября. С. 7
- 30. Миронов В. Трагедия Великой Октябрьской социалистической революции // Независимая газета. 2017. 19 декабря. С. 9.
- 31. Зверева Н. Невидимки революции // Литературная газета. 2017. 26 апреля. С. 4-5.
- 32. Мягков М. Можно ли было обойтись без революции в 1917 году? // Аргументы и факты. 2017. 22 ноября. С. 63.
  - 33. Фефелов А. Истоки Февраля // Завтра. 2017. 24 мая. С.1.
- 34. Бом М. Великая трагедия // Московский комсомолец. 2017. 07 ноября. С. 3.
- 34. Никонов В., Белуза А. Все революции рукотворны // Российская газета. 2017.-31 октября. С. б.
- 35. Угланов А., Делягин М. Станет ли Кудрин новым Керенским, а Навальный новым Гонгадзе? // Аргументы недели. 2017. 27 апреля. С. 1.
- 36. Никольский С. Русская матрица: Октябрь // Независимая газета. 2017.-17 марта. С. 5.

- 37. Камакин А. Революция милостью божьей // Московский комсомолец. -2017.-08 декабря. -C.4.
- 38. Ростовский М. Запрограммированные революцией // Московский комсомолец. 2017.-03 ноября. С. 1.
- 39. Ципко А. Оправдание преступлений // Независимая газета. 2017.-23 мая. C. 5.
- 40. Легойда В., Тутина Ю. Без веры мы обречены // Аргументы и факты. 2017. 22 февраля. С. 3.
- 41. Проханов А., Шевченко М. Ленин как русский реактор // Завтра. 2017. 03 мая. С. 1.
- 42. Вардуль Н. Невыученные уроки столетней революции // Московский комсомолец. 2017. 13 октября. С. 3.
- 44. Жириновский В. ЛДПР против преступлений большевиков // Аргументы недели. 2017. 27 июля. C. 6.
- 45. Спиридонова Л. Горький и революция // Литературная газета. 2017. 29 марта. С. 4–5.
- 46. Тихон, епископ Егорьевский, наместник московского Сретенского монастыря, Темникова В. Последние дни империи // Аргументы недели. 2017. 23 марта. С. 15.
- 47. Сухомлинов В. Социализм будет. Новый // Литературная газета. 2017. 20 декабря. С. 3—16.
- 48. Проханов А. Валдайские мудрецы // Завтра. 2017. 25 октября. С. 1.
- 49. Бондаренко В. И заслуга, и победа, и испытание русского народа // Литературная газета. -2017.-01 ноября. -C.4-6.
- 50. Болдырев Ю. Именем Революции // Литературная газета. 2017.-18 января. С. 2.
- 51. Шахрай С. Конституция и революция // Аргументы недели. 2017.-30 ноября. С. 16.
- 52. Яркевич И. Кастрирование красного коня // Независимая газета. 2017.-02 ноября. С. 16.
- 53. Млечин Л. Не знаем! И знать не хотим! // Московский комсомолец. 2017.-25 декабря. С. 8.
- 54. Радзиховский Л. Трансформеры // Российская газета. 2017. 22 августа. С. 3.
- 55. Мединский В. Мы сделали мир справедливее // Аргументы и факты. -2017.-06 сентября. -C.45.
- 56. Матвиенко В., Черняк И. Нужны перемены, но не революции // Аргументы и факты. 2017.-01 ноября. С. 3.

- 57. Жириновский В., Юрьев В. Революция не повод для праздника // Аргументы и факты. 2017.-01 ноября. С. 7.
- 58. Выжутович В. Наша история нас объединяет? // Российская газета. 2017.-20 октября. С. 3.
- 59. Решетников Л. Фальстарт Октября. Убить Ленина спасти страну? // Аргументы и факты. 2017. 12 июля. С. 38.
- 60. Меньшов В., Шаблинская О. У нас цензура рубля, а не государства // Аргументы и факты. -2017.-22 февраля. -C.7.
- 61. Хотиненко В., Шигарева Ю. В жерновах истории // Аргументы и факты. -2017.-08 ноября. С. 32.
- 62. Наталия Нарочницкая: чем грозит России демонизация советского государства? // Аргументы и факты. 2017. 08 ноября. С. 32.
- 63. Пиотровский М., Кожемякин В. Что построим из камней прошлого? // Аргументы и факты. -2017.-14 июня. -C.33.
- 64. Краснов П. «Лимиты» революции // Завтра. 2017. 25 октября. С. 6.
- 65. Мягков М. Мы изменили судьбу всей планеты // Аргументы и факты. 2017.-08 ноября. С. 41.
- 66. Шереметев П. Можно ли помирить врагов? // Аргументы и факты. -2017.-1 марта. -C.32.
- 67. Квон Д. Катастрофа длиною в век // Независимая газета. 2017. 24 октября. С. 5.
- 68. Дугин А. Революция и Россия // Завтра. 2017. 01 ноября. С. 1.
- 69. Толстой Т. Почему нам не нужно новых революций // Аргументы и факты. 2017.-17 мая. С. 43.

## Presentation of Russian year 2017 events in Russian newspaper articles in 2017

S.V. Belkovsky

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod belckovscky@yandex.ru

Covers content study results of Russian newspapers' articles dedicated to the topic of the 100-year anniversary of February and October revolutions. Analyzes texts, published within 2017 by newspapers of diverse political orientation and form of ownership. Provides comparative results on authors' positions with regards to the key issues: origins, driving forces and consequences

of the revolutionary events for the people, society and state. Provides conclusions on the polarization degree in presentation of the 1917 events within the modern Russian historical and political discourse.

*Key words:* revolution, evolution, power, ownership, public psychology, objective and subjective factors of historical events, ideology, monarchy, republic, civil consent, reconciliation.

УДК 070.41

### Развитие жанра «сторителлинг» в контексте новых медиа

© 2018 г. К.А. Болдина

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского olesova@yandex.ru

В статье рассматриваются условия существования жанра «сторителлинг» в контексте развития новых медиа, предпринимается попытка оценить степень влияния цифровой среды на трансформацию нарратива в традиционном понимании этой формы журналистского материала.

*Ключевые слова*: сторителлинг, нарратив, медиадизайн, лонгриды, новые медиа, новые социальные медиа, жанры журналистики.

Рассказывание историй как прием вовлечения аудитории в тему или проблему используется журналистикой, рекламой и любым другим направлением коммуникационной сферы не одну сотню лет. Жанр «сторителлинг» не теряет своей актуальности благодаря использованию многочисленных приемов внедрения в повествование компонентов, ориентированных на эмоциональное восприятие информации. В данной статье предпринимается попытка сформулировать условия существования современного жанра «сторителлинг» в рамках новых медиа.

Определение понятия «новые медиа» сегодня воспринимается исследователями достаточно однозначно — это средства коммуникации, базирующиеся в сети Интернет. Цифровая природа становится главной чертой новых медиа. Нередко к определению добавляется слово «социальные» ввиду, с одной стороны, размещения многих современных медиа на платформах социальных сетей, и, с другой стороны, естественной возможности повлиять на контент и работу медиа рядовых пользователей информационных, новостных и иных ресурсов путем комментирования и налаженной обратной связи. Относительно формулировки определения наша точка зрения совпадает со взглядами исследователей из Южно-

Уральского государственного университета Шестеркиной Л.П. и Борченко И.Д.: «Новые социальные медиа — это интерактивные цифровые способы доставки информации, средство коммуникации, где главным коммуникативным источником является Интернет. К ним мы относим: социальные сети, блоги, подкасты, web-сайты, интернет-форумы, Wiki, видеохостинги, печатные, онлайновые и мобильные продукты» [1].

Такое свойство сети Интернет как молниеносность распространения информации накладывает серьезный отпечаток на специфику функционирования новых медиа: информация быстро устаревает, информация может существенно трансформироваться после опубликования и распространения, информация легко монетизируется (в том числе, благодаря такому формату, как текстовые, фото- и видеоблоги). Карякина К.А. в свою очередь отмечает следующие существенные принципы формирования и распространения нового медиаконтента: 1) любой может создавать информацию; 2) любая история может быть рассказана и услышана; 3) любая информация может получить реальную стоимость; 4) любая информация превращается в коммуникацию; 5) современная информационная среда скорее подконтрольна пользователю, чем создателю медиаконтента [2].

Важное замечание в отношении специфики новых медиа делает Пастухов А.Г.: «Новые медиа, как правило, не подвергаются редакционной цензуре: они называют вещи своими именами и не боятся «рекламировать» то, что им нравится, ругать то, что им не нравится. Поиск информации в новых медиа лучше всего происходит в поисковых системах — действительно необходимых и полезных рабочих инструментах. Одновременно в «новых медиа» возникает характерная жанровая стратификация: блог, подкаст и т.д., общая стилистика которой накладывает большую ответственность на автора; от него зависит важность и полезность информации для ее потребителей, индивидуальность стиля, достоверность и т.п.» [3].

В то же время цифровая среда требует от новых медиа более удобных интерфейсов, форм взаимодействия с аудиторией, а также переосмысления традиционных жанров журналистики. Так, известный всем нарратив превращается в digital storytelling. От традиционного сторителлинга его отличает интерактивный формат. Вот, что пишет Никита Обухов, создатель платформы Tilda Publishing, о начале цифрового сторителлинга: «В конце 2012 года, на волне популярности iPad, редакции стали переосмыслять будущее читательского опыта. У дизайнеров и издателей новой эпохи сформировались свои стандарты, объединенные общим

названием Digital Storytelling. Многие экспериментировали со специальными версиями своих изданий для планшетов, но наибольшим успехом оказался новый формат сторителлинга – интерактивная история Snowfall редакции New York Times, которая совершила революцию в интернетпаблишинге и создала новый стандарт подачи контента» [4]. Цифровой сторителлинг, помимо традиционного нарратива, включает в себя элементы мультимедиа, видео- и аудиоконтент. Но в то же время, как справедливо отмечает Шумилова А.А. со ссылкой на американского теоретика Д. Ракшоффа, формат нарратива в цифровой среде переживает сильнейший коллапс, связанный с перестройкой процесса восприятия информации пользователями Сети: объемный и стремительный поток данных дезориентирует человека, лишает привычных схем и структур; последовательные сценарии книг, журналов, фильмов сменяют массивы несвязанных друг с другом гиперссылок, комментариев, статей. В новых условиях пользователь должен проанализировать десятки сообщений и диалогов, сопоставить различные факты и мнения, часто не имеющие очевидной связи [5]. Шумилова А.А. также отмечает, что по данным ФОМ за 2016 г., 47% Интернет-пользователей получают и обрабатывают информацию из нескольких источников, в том числе социальных сетей, новостных порталов, блогов, форумов. И все это они делают с максимально высокой скоростью, ведь в виртуальной среде информация устаревает за считанные секунды. Результатом интенсификации процессов становится более поверхностное, хаотичное и непоследовательное изучение материалов, ощущение потерянности и дезадаптации в Сети [5]. Красноречивым алов, отущение потерянности и дезадаптации в сети [э]. красноречивым подтверждением этих слов являются последние исследования сервиса редакционной аналитики «Медиатор». По данным за 1 квартал 2017 года, среднее время вовлеченности читателя в материал составляет всего полторы минуты для десктопа и две минуты для мобильных устройств. При этом также отмечается, что вовлеченность пользователей мобильных устройств с точки зрения доскролливания материала до конца гораздо выше, чем у десктопных: на десктопе разница между просмотрами и прочтением 31,1%, на мобильных устройствах — всего 12,6% [6]. Похожая картина сохраняется и в 4 квартале 2017 года. Основные выводы, которые делает «Медиатор» в своем годовом исследовании: 1) лучше всего удерживают аудиторию развлекательные издания (как на мобильных устройствах, так и на десктопе); 2) хуже всего удерживают аудиторию региональные новостные и тематические издания; 3) меньше половины пользователей – 46,1% на десктопе и 45,8% на мобильных устройствах – открывших материал, действительно его читают [6].

Таким образом, обращает на себя внимание реальная проблема крупных жанровых форм в журналистике, к которым относится классический нарратив. Малое время чтения материалов и преобладающий интерес к оперативной емкой информации приводят к отказу новостных медиа от длинных историй. Проведя обзор материалов и постоянных рубрик новостных изданий из списка «ТОП-30 СМИ: интернет-ресурсы», составленного агентством «Медиалогия», по состоянию на январь 2018 года [7], мы пришли к выводу, что большинство самых цитируемых отечественных средств массовой информации не публикуют на регулярной основе текстов в жанре «сторителлинг». Исключение составили издания М24.ги, Meduza.io, Mediazona.ru. Таким образом, классические нарративы сегодня являются характерной чертой не новостных, а тематических и специализированных изданий, к примеру, таких как журнал Forbes и его приложение Forbes Women, приложения РБК «Стиль» и Pink, журнал National Geografic Россия, женские и информационно-развлекательные издания с типовыми рубриками «Истории успеха», а также отдельные авторские и городские проекты, к примеру, самиздат «Батенька, да вы трансформер» и ресурс о жизни в Нижнем Новгороде NN-stories.ru.

Один из сигнальных способов предупреждения пользователя о том, что текст написан в жанре истории — это указание на формат «лонгрида». При этом стоит отметить, что лонгрид не всегда является нарративом, это может быть объемная публикация любого жанра, но нарратив в его традиционном понимании всегда лонгрид. И читатель заранее соглашается на знакомство с подобным материалом, и тем самым устраняются не заинтересованные темой или случайные читатели. Другой вариант развития жанра «сторителлинг» — создание специальных платформ для цифровых нарративов.

Авторы интернет-издания «Журналист» в статье «5 трендов новых медиа в 2018 году» указывают на возрастающую роль персонализации информационной повестки и создание все большего количества платформ, которые стремятся удовлетворить потребность в новостях каждого отдельно взятого пользователя. При этом, отмечают авторы издания, разным пользователям нравятся разные модальности и форматы, которые пытаются эксплуатировать многочисленные платформы и ресурсы. Постепенно аудитория делится на тех, кто любит читать длинные тексты, тех, кто выбирает формат видео, и тех, кто просто просматривает фотографии. Происходят изменения и в работе с авторами текстов — информационные ресурсы начинают отбирать самых вовлекающих из них и под них создавать комфортные среды, подчиняя творчество своим условиям

[8]. Таким образом, успешность любого жанра, в том числе и сторителлинга, сегодня заключается не в раскрытии проблемы и актуальности тематики, а в способности максимально вовлечь в процесс чтения пользователя сети Интернет в целях повышения конверсии конкретного интернет-ресурса или платформы. Поэтому на первый план выходит именно интерактивность и мультимедийность материалов как инструментов оживления интереса пресыщенной информацией аудитории.

Автор статьи «Медиадизайн: как рассказывать истории в 2018

Автор статьи «Медиадизайн: как рассказывать истории в 2018 году» Денис Золотарев подробно описывает важные критерии, которым должна отвечать статья, чтобы вовлечь читателя в материал. В числе этих обязательных критериев: 1) визуальный разбор важной для аудитории темы; 2) наглядное оформление интересных фактов; 3) наличие хорошей журналистской истории; 4) эстетика в подаче истории. Причем именно эстетика, по мнению автора статьи, зачастую становится «самостоятельным игроком на поле сторителлинга», напрямую влияя на стилистику текста и его тональность. Среди наиболее распространенных способов рассказать историю Денис Золотарев также упоминает классический лонгрид и добавляет к нему другие самостоятельные формы – инфографику, иллюстрации/мемы/комиксы, фото/видео 360, технологии виртуальной и дополненной реальности, анимацию и объясняющие видео, игры и чатботы [9].

Что касается специальных платформ для цифрового сторителлинга, то данное направление сейчас активно развивается с участием ведущей поисковой системы России «Яндекса», что еще раз подтверждает востребованность персонализированной новостной повестки и интерес к формату цифрового нарратива в рамках выделенного проекта, а не в общем новостном потоке. Примером такой успешно развивающейся платформы является площадка «Яндекс.Дзен» — агрегатор статей, контентплощадка и платформа издателей, на которой каждый может создавать публикации и впоследствии зарабатывать на этом деньги [10]. Примечательно, что разработчики платформы под словом «нарратив» подразумевают не повествование или жанр «сторителлинг», а придуманный ими новый формат представления информации аудитории. В блоге «Яндекса» на ресурсе «Хабрахабр» описывается принцип создания визуальной составляющей ленты «Яндекс.Дзена», и там же дается описание нарратива: «Это набор карточек, объединенных общей тематикой. Пользователи интернета все меньше читают, но все так же хотят получать интересные истории (поэтому они, например, смотрят сериалы, короткие видео и живые трансляции). Мы создали формат, который помогает авторам рассказы-

вать последовательные короткие истории и развлекать читателей. Нарративом можно рассказать историю, дать пошаговую инструкцию или рецепт, опубликовать список полезных книг, описать преимущества и недостатки подходов к ведению бюджета. Это формат для авторов, которые создают интересный контент, но не пишут длинные тексты. В основном формат ориентирован на мобильные телефоны, так как зачастую люди потребляют информационный и развлекательный контент именно с мобильных устройств. Мы добавили ограничения: формат должен быть емким, но кратким, поэтому количество карточек нарратива не бесконечно. Каждая карточка содержит максимум одно видео и одну ссылку, это позволяет вести повествование последовательно, не перегружая внимание читателя. Заинтересованный человек может перейти из нарратива на сайт автора, прочитать расширенную версию материала, однако содержания нарратива должно быть достаточно, чтобы разобраться в теме» [10]. Так, на платформе «Яндекс.Дзена» впервые появляется своеобразный «концентрат» привычного для сферы журналистики понятия «нарратив», который сохраняет в себе ядро-историю, но кардинально меняет и ужимает свою текстовую форму.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что жанр «сторителлинг» в цифровой среде претерпевает серьезные изменения: с одной стороны, еще сохраняются привычные образцы длинного сюжетного журналистского материала в рамках отдельных тематических рубрик, с другой стороны, нарратив вынужден подстраиваться под современные особенности потребления информации — «обрастать» интерактивными и мультимедийными элементами, подкреплять текстовое содержание внешней эстетикой и всячески сжиматься до удобных современным читателям форматов мобильных устройств.

### Список литературы

- 1. Шестеркина Л.П., Борченко И.Д. Основные характеристики новых социальных медиа // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Чита: Издательство Забайкальского государственного университета, 2014. С.107—111.
- 2. Карякина К.А. Актуальные формы и типологические модели новых медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. М.: Издательство Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2010. С.128—137.
- 3. Пастухов А.Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура // Ученые записки Орловского государственного университета.

- Орел: Издательство Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева, 2015. С.182–188.
- 4. Обухов Н. 10 правил сторителлинга [электр. ресурс]. Режим доступа: https://special.theoryandpractice.ru/storytelling. Дата обращения: 10.03.2017.
- 5. Шумилова А.А. Коллапс нарративов: новые стратегии в новых медиа // Информационное пространство в аспекте гуманитарных и технических наук: материалы V междисциплинарной межвузовской конференции студентов, магистрантов и аспирантов. Барнаул: Издательство Си-пресс, 2016.-C.165-170.
- 6. Как читают медиа в России // Сервис редакционной аналитики «Медиатор» [электр. ресурс]. Режим доступа: https://medium.com/@mediator.media/как-читают-медиа-в-россии-e8873a869ad6. Дата обращения: 02.03.2018.
- 7. ТОП-30 СМИ: интернет ресурсы // Медиалогия [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/5830/#internet. Дата обращения: 02.03.2018.
- 8. 5 трендов новых медиа в 2018 году / Макс Корнев, Евгений Кулаков, Камилла Нигматуллина, Всеволод Пуля // Журналист [электр. ресурс]. Режим доступа: http://jrnlst.ru/5-trends2018. Дата обращения: 02.03.2018.
- 9. Золотарев Д. Медиадизайн: как рассказывать истории в 2018 году [электр. ресурс]. Режим доступа: https://awdee.ru/how-to-tell-stories/. Дата обращения 02.03.2018.
- 10. Как мы делали «нарратив» новый формат публикаций в Яндекс.Дзене // Блог «Яндекса» [электр. ресурс]. Режим доступа: https://habrahabr.ru/company/yandex/blog/349220/. Дата обращения: 02.03.2018.

### Development of the genre "storytelling" in the context of new media

K.A. Boldina

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod olesova@yandex.ru

The article discusses the conditions of the existence of the genre of "storytelling" in the context of the development of new media, an attempt to assess the degree of influence of the digital environment on the transformation of narrative in the traditional sense of this form of journalistic material.

*Key words:* storytelling, narrative, media design, longreads, new media, new social media, journalistic genres.

#### УДК 821.111

## История российской журналистики в трилогии Т. Стоппарда «Берег утопии»

© 2018 г. *Е.Ю. Гордеева* Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского Elgord1@yandex.ru

Выделяются такие черты трилогии Т. Стоппарда «Берег утопии», как документализм и биографизм. Цитирование английским драматургом мемуарных и журналистских текстов позволяет говорить о достоверности отражения в трилогии фактов, связанных с историей русской журналистики.

 $\mathit{Ключевые\ c.noвa:}\$ история русской журналистики, Т. Стоппард, «Берег утопии».

Возвращение в этом году после многолетнего перерыва в наши учебные планы семинарских занятий по курсу «История отечественной журналистики» заставляет преподавателя искать новые формы привлечения внимания студентов к тем персонажам русской истории, на которые долгое время мы смотрели сквозь призму идеологических штампов советских учебников. Как заинтересовать современных первокурсников личностями, одно упоминание которых у людей, учившихся в советской школе, связано с набором хрестоматийных клише. Как мотивировать студентов, имеющих, как правило, весьма скромные познания после освоения школьного курса истории России, на чтение таких сложных текстов, как «Философическое письмо» П. Чаадаева, «Письмо к Гоголю», годовых обзоров русской литературы, подготовленных В. Белинским для журналов «Отечественные записки» и «Современник», публикаций «Полярной звезды» и «Колокола», выходивших в Вольной русской типографии в Лондоне и Женеве. Как объяснить суть разногласий между западниками и славянофилами, особенности развития России в период царствования Николая I или Александра II, эпоху «мрачного семилетия», российскую реакцию на революцию во Франции 1848 года, нюансы подготовки крестьянской реформы и отмены крепостного права.

Все перечисленные события и персонажи, журналы и публицистические тексты, а также многое другое представлено в плотно заселенном мире трилогии «Берег утопии», написанной в 2002 году одним из выдающихся драматургов современности Томом Стоппардом. Три части «Берега утопии» ("The Coast of Utopia") – «Путешествие» ("Voyage"), «Кру-

шение» ("Shipwreck") и «Спасение» ("Salvage") – представляют самостоятельные пьесы и охватывают события с 1833 года по 1868 год. В 2006 году трилогия была издана на русском языке. В 2007 году художественный руководитель Российского молодежного театра (РАМТ) Алексей Бородин познакомил со сценической версией этого произведения, ранее ставившегося в Национальном театре в Лондоне и Нью-Йорке, российского зрителя. Во время репетиций 9-часового спектакля, идущего с антрактами в один день, Стоппард часто бывал в Москве. На фоне мероприятий, сопровождавших его визиты в Россию, следует указать, что Стоппард организовал субботник по смыванию граффити с мемориала Герцену (главный герой трилогии) и Огареву на Воробьевых горах, посещал вместе с актерами труппы РАМТ родовое поместье Бакуниных Прямухино в Тверской области (именно там разворачивается действие первой пьесы), руководил работой проходившего в МГИМО круглого стола «Россия и Запад: проблемы культурного перевода». Российская пресса подробно информировала читателей об этих инициативах английского драматурга, в частности отмечала, что «режиссер спектакля Алексей Бородин и актеры без устали благодарили Тома Стоппарда за возрождение интереса к русской истории не только на Западе, но и в России» [1].

У кого-то возникнет закономерный вопрос, как можно знакомство студентов с непростыми страницами российской истории, в том числе истории журналистики, свести к изучению художественного произведения. Во-первых, мы предлагаем поэтапным чтением этого большого произведения не заменить, а дополнить изучение учебной и публицистической литературы по соответствующему курсу, отчасти мотивировать студентов на обращение к мемуарной литературе (хотя бы к книге «Былое и думы» А. Герцена) или журналистским текстам, которые многократно цитируются в трилогии. Во-вторых, не стоит забывать, что свою творческую деятельность в 1954 году Стоппард начинал в качестве репортера в бристольских газетах, затем писал для радио и телевидения, работал театральным критиком. Трепетное, по сути своей журналистское отношение к документальному факту, к событию, характерное для драматургии Стоппарда в целом, становится в «Береге утопии» особенно ощутимым.

Автор не раз признавался, что все исторические факты в трилогии являются выверенными. «При этом большое значение приобретает использование мемуарной литературы <...>, с опорой на которую каждый персонаж трилогии наделяется как «идеологией», так и только ему присущими индивидуальными чертами» [2]. Цитаты из некоторых трудов приведены дословно. Разумеется, это связано не только с журналистским

опытом Стоппарда, но и с постмодернистской эстетикой, одним из проявлений которой являются цитатное письмо и интертекстуальность. Кстати, техника цитатного письма и прием аллюзий задействованы уже в названии трилогии. С одной стороны, «Берег утопии» заставляет вспомнить об утопических воззрениях отдельных представителей русской общественной мысли XIX века, увлекавшихся идеями Сен-Симона, Фурье и других. С другой стороны, в названии пьесы заложена рецепция произведений ее главных героев, например, цикла А. Герцена «С того берега», также цитируемого в трилогии. В целом творчество английского автора, начавшего свое вхождение в литературу с пьесы «Розенкранц и Гильденстерн мертвы», принято рассматривать в контексте постмодернистских традиций. К приемам постмодернизма причисляют и элементы биографизма, проявляющиеся в «Береге утопии».

«<...> Стоппард, – как отмечает исследователь Соловьева Д. Ю., – отдает предпочтение не первоисточникам, а публицистическим и биографическим текстам, в частности, одним из основных текстов, на которые опирался драматург при написании пьесы, была книга Исайи Берлина «Русские мыслители» [3].

В интервью журналисту ВВС Стоппард признавался: «Я имел счастье быть близко знакомым с философом Исайей Берлином, который писал об истории идей и идеологий. Он фактически познакомил Запад с такими именами, как Герцен или Белинский» [4]. Больше всего в книге Берлина драматурга поразила история В. Белинского, который лечился от туберкулеза во Франции, но рвался в Россию, где писатели страдали от жестокой цензуры. В качестве величайшего парадокса Стоппард воспринимал тот факт, что значимость писателя в глазах читателя, причем читателя особого, умеющего видеть между строк, неизмеримо возрастает в условиях несвободы. Устами своего героя Белинского автор говорит в пьесе: «У нас на писателей смотрят как на вождей. У нас звание поэта или писателя чего-то стоит. Здешним писателям кажется, что у них есть успех. Они не знают, что такое успех. Для этого нужно быть писателем в России... Даже не очень талантливым, даже критиком... Мои статьи режет цензор, но уже за неделю до выхода "Современника" студенты крутятся около книжной лавки Смирдина, выспрашивая, не привезли ли еще тираж... А потом подхватывают каждый намек, который пропустил цензор, и полночи спорят о нем, передавая журнал из рук в руки... Да если бы здешние писатели знали, они бы уже паковали чемоданы в Москву или Петербург» [5].

Однако решение Белинского вернуться в Россию в 1847 году, легшее в основу замысла создания пьесы, как и некоторые другие важные

эпизоды трилогии, повторяются несколько раз. В перерывах между этими повторами (кстати, повтор — важный прием, использовавшийся в публицистических текстах Белинского) читатель успевает приобрести новое знание, в частности пережить революционные события во Франции или узнать о смерти критика. После этих событий сцена прощания русских эмигрантов с Белинским звучит по-новому. «Монолог Белинского, который в первом варианте был «утоплен» во всеобщем шуме, теперь отчетливо слышен нам и звучит как его завещание» [6].

Преклонение автора перед личностью Белинского не мешает ему, однако, создать несколько сцен, в которых критик изображен весьма иронически. Это связано в основном с тем, что Белинский, исключенный из Московского университета, не владел иностранными языками. Критик, не знавший французского языка, пытается переводить для журнала «Телескоп» Поля де Кока и просит у Станкевича для этой работы словарь. Данная ситуация высвечивает такую особенность русской журналистики, преимущественно первого столетия ее существования, как превалирование переводных материалов, а также дает представление об уровне образованности людей того времени, в частности тех, кто определял судьбы русской словесности. Критику, «который не умел читать в оригинале мудреный текст немецкого мыслителя Фридриха Шеллинга, приходилось получать материалы из «вторых рук» – в пересказе читавших его понемецки Бакунина и Герцена» [7]. Еще более компрометирующей Белинского выглядит сцена, в которой П. Чаадаев приносит в редакцию «Телескопа» свое «Философическое письмо», написанное по-французски: «Убедившись, что Чаадаев ушел, Белинский впадает в приступ яростного самоуничижения. Он бьет себя, колотит мебель и, наконец, начинает кататься по полу» [8].

И все-таки симпатии автора на стороне Белинского, которому он иронически противопоставляет таких редакторов, как С. Шевырев и Н. Полевой. Чаадаев сетовал на судьбу своего «Философического письма: «Я писал по-французски. Я писал, между прочим, что мы, русские, не принадлежа ни к Востоку, ни к Западу, остались в стороне от других народов, стремившихся к просвещению. Возрождение обощло нас, пока мы сидели в своих норах. И вот мои слова... переписаны, переведены и снова переписаны... Будто свидетельство минувших веков, до изобретения печатного станка» [9]. Тогда Шевырев предложил Чаадаеву опубликовать этот текст в «Московском наблюдателе». Однако, чтобы произведение прошло цензуру, редактор просит автора использовать самоцензуру: заменить всего два слова «Россия» и «мы» на словосочетание «не-

которые люди». Попытка Чаадаева воспользоваться этим советом приводит к созданию такого пассажа: "Некоторые люди, не принадлежа ни к Востоку, ни к Западу, остались в стороне от других народов... Возрождение обошло некоторых людей... Некоторые люди сидели в своих норах..." [10].

Н. Полевой, в свою очередь, боится закрытия редактируемого им журнала, поэтому он говорит напевающим в его присутствии «Марсельезу» Герцену, Огареву и Сазонову: «Немедленно прекратите — прекратите это! Прошу вас! Такое мальчишество! И в какое положение вы меня ставите?! "Телеграф" играет с огнем — заметьте, слова не мои, а произнесенные в Третьем отделении и переданные мне. Они меня могут закрыть вот эдак (щелкает пальцами) — одно неловкое слово — и в Сибирь» [11]. Однако журнал Полевого все равно был закрыт за публикацию критической рецензии на пьесу, которая понравилась Николаю I.

Таким образом, центральная тема трилогии связана не с феноменом творчества, а с проблемой свободы/несвободы художника в условиях российской цензуры. Эту проблему точнее всего характеризует Герцен: «Нигде власть не ощущает себя свободнее, чем здесь. Ее ничто не сдерживает, ни стыд перед соседями, ни суд истории. Самые мерзкие режимы в худшие из времен не подвергали Спинозу порке. Гейне не отправляли на рудники за поэму, никто не приходил за Руссо среди ночи за то, что он пел революционные песни на пьяной вечеринке. В деспотизме — России нет равных» [12]. Именно поэтому в условиях, когда «слово стало поступком, мысль — действием» [13], ценность журналистских текстов, дошедших, несмотря ни на что до читателя, становится особенно ощутимой.

Очевидно одно: Стоппард погружается в прошлое, чтобы познакомить Запад с русской историей, способствовать переосмыслению уроков истории и в самой России. Но, вместе с тем, он обращается к прошлому, чтобы обсудить с читателем настоящее. Разумеется, что факты русской истории и характеры героев, выверенные Стоппардом, четыре года читавшим источники, прежде чем взяться за создание трилогии, существенно дополнены художественным вымыслом. Однако герои, покрытые для нас хрестоматийным глянцем, могут при этом оказаться для современного студента вполне симпатичными персонажами, поскольку выведены в трилогии Стоппарда не резонерами, а живыми людьми, которые страдают, любят, ошибаются, теряют и умирают. Именно поэтому слова, произнесенные в конце пьесы главным героем Герценым, могут выразить для сегодняшнего первокурсника своеобразное жизненное и профессиональное кредо: «Надо двигаться дальше, и знать, что на другом берегу не

будет земли обетованной, и все равно двигаться дальше. Раскрывать людям глаза, а не вырывать их. Взять с собой все лучшее <...>. Смысл не в том, чтобы преодолеть несовершенство данной нам реальности. Смысл в том, как мы живем в своем времени. Другого у нас нет» [14].

#### Список литературы

- 1. Елисеева Е. Герцена отмыли от граффити // Российская газета. 2006. от 02 октября.
- 2. Мережникова И.С. «Берег утопии» Т. Стоппарда: эволюция поэтики исторических персонажей // Знание. Понимание. Умение. -2010. № 1. С. 238.
- 3. Соловьева Д.Ю. Новый историзм в творчестве Тома Стоппарда (на примере пьес «Травести», «Берег утопии», «Рок-н-ролл») // Медиаскоп. 2016. Вып. 1. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://mediascope.ru/?q=node/2088. Дата обращения: 06.03.2018.
- 4. Эггерт К. Том Стоппард: Герцен не похож на Ленина [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.stoppard.ru/intervyu-2006.html. Дата обращения: 28.02.2018.
- 5. Стоппард Т. Берег утопии: Драматическая трилогия; пер. с англ. А. Островского и С. Островского. М.: Иностранка, 2006. С. 97.
  - 6. Соловьева Д.Ю. Указ. соч.
- 7. Стебловская С.В бескрайнем океане русской культуры // Журналист. 2014. № 3. С. 79.
  - 8. Стоппард Т. Указ соч. С. 56.
  - 9. Там же. С. 51.
  - 10. Там же.
  - 11. Там же. С. 38.
  - 12. Там же. С. 71.
  - 13. Там же. С. 40.
  - 14. Там же. С. 223.

### The history of Russian journalism in the T. Stoppard's trilogy "The coast of utopia"

E.Yu. Gordeeva Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod Elgord1@yandex.ru

The author distinguishes some peculiarities of the trilogy of T. Stoppard "The Coast of Utopia", such as documentary and biographical basis. The

writer's quoting of memoirs and periodicals testify that his way of reflecting facts of history of Russian journalism is trustworthy.

Key words: history of Russian journalism, Tom Stoppard, "The Coast of Utopia".

УДК 316.75:002 (2Р – 4НН)

# Вопросы этнокультурного взаимодействия на страницах «Нижегородских губернских ведомостей»

© 2018 г. Н.В. Зотов Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского kolianzot@mail.ru

Анализируется отражение на страницах газеты «Нижегородские губернские ведомости» вопросов межкультурного диалога между представителями различных этносов и конфессий, проживавших на территории Нижегородской губернии в конце XIX века.

*Ключевые слова:* этнокультурное взаимодействие, общественное мнение, православие, народное образование, толерантность.

Вопросы межкультурного, межэтнического, межконфессионального диалога в России в настоящее время приобрели особое значение. Чтобы лучше понять специфику взаимоотношений русского населения с народами, живущими на территории Нижегородской области, процессы формирования общественного мнения в отношении некоренных народов на современном этапе, необходимо обратиться к историческому опыту поколений, в том числе в плане межкультурной коммуникации.

«Инородческий вопрос» в России был актуализирован во второй половине XIX века, когда происходило реформирование всех основ социально-политической сферы и становление региональной журналистики как самостоятельного социального института. Так как в истории журналистики недостаточно исследований, освещающих опыт отечественных публицистов в изображении национальной среды представителей другой национальности, изучение того, как различные народы изображены на страницах «Нижегородских губернских ведомостей» в конце XIX века, является особенно актуальным. Обращение к данной проблематике становится важным еще и потому, что в Поволжье мирно уживались представители многих национальностей и религиозных конфессий.

«Нижегородские губернские ведомости» являются типичным образцом провинциального издания в России конца XIX века. Имея «дозволение печатать статьи научного характера, относящееся более или менее

до местности: сведения географические, топографические, исторические, археологические, статистические, этнографические и прочие» [1], журналисты газеты проводили просветительскую работу, которая была необходима для развития самосознания провинции, для повышения общего культурного уровня населения. Содержание газеты тесно связано с историко-литературной ситуацией в конце XIX века, отражает ее основные тенденции. Ф.Н. Боронин отмечает видимое оживление неофициальной части газеты с конца 80-х годов, когда ее редактировали М. Овчинников и Г. Демьянов: «Эти редакторы, как и А.С. Гациский, были журналистами по призванию. Они сумели «Прибавления» поднять до уровня хорошей газеты» [2]. Проанализировав материалы газеты, можно получить представление об авторском коллективе издания в конце XIX века. Большую часть из опубликованных в период 1887 по 1893 гг. текстов представляют материалы нижегородских просветителей: педагога и литератора протоиерея П.А. Альбицкого; историка и педагога протоиерея А.Ф. Можаровского; архитектора и краеведа А.П. Мельникова; общественного деятеля и краеведа А.А. Савельева.

Сквозной просмотр материалов газеты «Нижегородские губернские ведомости» за 1887 и 1893 гг. показал, что на ее страницах освещались следующие темы: экономика, политика, религия, культура, образование и медицина. Нами было исследовано 104 номера газеты. Общее число материалов в них составило 975.

Объем публикаций, содержащих этническую информацию, в среднем доходит до 14%. При этом количество материалов, посвященных русской культуре, ее традициям, истории, составляет около 70% от общего числа публикаций на эту тему; 35% публикаций затрагивают тему миссионерской деятельности и описывают православные приходы уездов Нижегородской губернии; мордовской культуре посвящены — 14%, культуре черемисов — 4.5%, татарской культуре — около 2%, башкирской культуре — 0.5%, культуре староверов — 6%, молокан — 3% материалов. Этнокультурное взаимодействие освещается в 13% от общего числа публикаций.

Эти данные подтверждают, что в дореволюционный период с конца XVIII до начала XX вв. этническая тематика была широко представлена как в центральных, так и в отдаленных от центра губернских изданиях.

Этнокультурное взаимодействие на страницах издания раскрывается в рамках следующих тем: история Нижегородской губернии; география и этнография, топография, путевые заметки о Нижегородском крае;

описание культуры и быта разных этносов и их взаимовлияние и взаимодействие; основные занятия и кустарные промыслы населения; фольклор: свадебные причитания и песни, записанные в разных уездах, обычаи «святошничества», «маевки»; описание Нижегородской епархии, ее приходов и их истории; православие, раскол, сектантство и миссионерская деятельность; биографии известных деятелей и уроженцев Нижегородской епархии; народные суеверия и праздники.

На страницах «Нижегородских губернских ведомостей» освещались результаты христианизации неправославных религиозных направлений на территории Нижегородской губернии и процесс реализации идеи православия. Авторы пытались вызвать интерес читателя к деятельности конторы новокрещенских дел, учрежденной императрицей Анной Иоанновной в 1743 году для христианизации магометан и язычников. Публикации П.И. Мельникова «Религиозные верования, домашний быт и обычаи мордвы Нижег. Губернии» [3] и А. Можаровского «Русомордва на нижегородской почве» [4] комментируют враждебные действия не принявшей христианство мордвы по отношению к Архимандриту Димитрию, начальнику и управителю конторы новокрещенских дел в Терюшевской волости, в селе Сарлеях. Хотя публицисты представляют конфликтную ситуацию, они пытаются быть объективными. Например, А. Можаровский в публикации «Терюшевское действо» объясняет причины недовольства мордвы — Димитрий Сеченов разорил мордовское языческое кладбище, находившееся рядом с церковью.

Сорок публикаций о приходах Нижегородской губернии освещают результаты распространения православия и дают информацию о составе населения уездов губернии. В них подчеркивается, что в одном селе и нередко в одном доме уживаются представители разных этносов и конфессий. Публицисты обращают также внимание на то, что население приходов регулярно посещают храм, но языческие обычаи сохранились как у русских, так и у «инородцев». Автор публикации «Черемисы Василь Сурского уезда» пишет: «...хотя по религии черемисы как нижегородской, так и казанской губернии – христиане, и всегда считают непременным долгом исполнение всех обрядов православной церкви, однако языческое миросозерцание очень крепко сроднилось с душой черемиса. Понятия, воспитанные предшествующею историю этого племени во время их кочевой и бродячей жизни, до сих пор еще живы в его душе, перемешались с христианскими» [5]. Для укрепления веры требуется увеличение числа храмов и народных училищ. В своей публикации «Народное образование в Нижегородской губернии» П. Альбицкий подчерки-

вает: «В осознании истины, что «где просвещение – там добро» все цивилизованные государства заботятся, прежде всего, о развитии начального народного образования, этого краеугольного камня внешней силы и внутреннего богатства каждой страны» [6]. Авторы ставили перед собой следующие цели: изучить край и служить народному образованию, распространяя полезные сведения и знания. При этом «образование» понимается «как становление личности, а достижение элементарной грамотности – лишь первый шаг на этом пути» [7].

М. Овчинников и Г. Демьянов – редакторы газеты «Нижегородские губернские ведомости» конца XIX века – продолжали политику, начатую редактором А. Гациским с 1862 года, когда краеведческие материалы стали регулярно публиковаться на страницах неофициальной части газеты. П. Альбицкий в своей публикации «Итоги местной печати» пишет: «Местная пресса является одним из самых надежных средств для самоопределения и самопознания провинциального общества. Приуроченная по самому положению своему к известной определенной местности, провинциальная пресса стремится выяснять прошлый и настоящий облик известного края, описывая его в различных отношениях: церковном, литературном, этнографическом и художественном» [8].

П.А. Альбицкий в своих публикациях «Этнографический очерк» и «Этнографические наброски (из записной книжки). У мишарей» [9] рассматривает одну тему — нравы, традиции и обычаи, уклад жизни татарского и русского народов и делает вывод: в связи с развитием отхожих промыслов нравственность мишарей падает, однако, не так катастрофически, как нравственность русских, окончательно развращающихся на стороне.

Публицисты часто обращаются к вопросам взаимовлияния культур народов, населяющих Нижегородскую губернию. Во-первых, подчеркивается влияние русской культуры на культуры других народов. В публикации П.И. Мельникова «Религиозные верования, домашний быт и обычаи мордвы Нижегородской губернии» автор обращает внимание читателя на сходство мордовских поверий с русскими. Старинные предания мордвы сохранились только у стариков, а «нынешняя мордва поет песни русские, а свои все покидает» [10]. В своей аналитической статье «Нижегородские татары — а татары ли?» А. Гациский замечает сходство языка нижегородских татар-мишарей с русским: он приводит слова ученого В.В. Радлова о том, что «в язык мишарей вошло такое значительное количество русских слов, что казанские татары смеются над мишарями, называя их полурусскими» [11].

Во-вторых, освещаются вопросы влияния культур иных народов на российскую культуру. В публикации «Несколько слов о влиянии мордвы на свадебные обычаи русских крестьян в Нижегородской губернии» А.А. Савельев подчеркивает: «Если принять во внимание, что русское население по правую сторону течения Волги в значительной степени образовалось из мордовского, то надо прийти к заключению, что самые обычаи эти образовались под сильным влиянием мордвы и частью др. инородцев» [12].

Публицисты газеты пытались показать, что взаимное влияние культур, их сходство у разных этносов Нижегородской губернии имеет большое значение для будущих взаимоотношений народов России. В публикации «Черемисы Василь Сурского уезда» автор делает заключение: «Нет никакого сомнения, что недалеко то время, когда черемисы составят с нами единый нераздельный народ. Желательно было бы, чтобы в свою очередь, и русские старались пособить этому естественному историческому росту черемис, распространяя между ними народные русские книги и некоторые более доступные сочинения известных писателей» [13].

Итак, освещая процессы христианизации, публицисты оценивают важнейшую роль перехода от язычества к православию в духовном совершенствовании этих народов. Они констатируют постепенные изменения элементов материальной культуры и быта, формы традиционного брака, нормы повседневной морали и семейно-брачных отношений у мордвы, мишарей и черемисов.

Большое количество материалов о приходах Нижегородской губернии также содержит сведения о старообрядцах в составе православного русского населения, которые мирно уживаются в селах, а иногда и в семьях русских крестьян. П.А. Альбицкий в своем тексте «Тубанаевские кожевники» констатирует: «Значительная часть населения заражена расколом. К расколу принадлежит и один из наиболее крупных заводчиков Сочков-Замятин. Здешние раскольники не слишком фанатичны. Замечательно, что раскольники вовсе не чуждаются местной церковно-приходской школы, а с охотой посылают своих детей учиться» [14]. Данные материалы воспитывают понимание и терпимое отношение к старообрядцам.

Этнически окрашенные материалы выполняли миссию просвещения людей и способствовали установлению взаимопонимания между различными этносами и конфессиями. Исходя из результатов исследования, мы можем сделать вывод о том, что газета «Нижегородские губернские

ведомости» играла важную роль в формировании межкультурного диалога, сохранении и передаче социального опыта поколений. Следует подчеркнуть, что на протяжении всего исследуемого периода нами не найдено негативно окрашенных материалов в отношении нижегородских мусульман и язычников. Публицисты освещают традиции миролюбия, взаимопонимания и веротерпимости народов, живущих в Нижегородской губернии. Анализируя фольклор, обычаи и верования русских, мордвы, чувашей, татар, черемисов, публицисты усматривают истоки межэтнической толерантности во взаимопроникновении и сходстве основных базовых культурных и нравственных ценностей у этих народностей.

Публицисты находили пути и средства передать свою основную идею – необходимость просвещения народа. В их материалах читатель найдет идею «гуманистического развития общества», которая так «актуальна для современности» [15]. Публикации рассмотренных авторов имели большое значение для «формирования массового сознания и воздействия на социальные институты императорского режима в направлении прогрессивной эволюции жизни страны во всех ее сторонах» [16].

#### Список литературы

- 1. Боронин Ф.Н. Первая губернская газета: из истории нижегородской печати // Записки краеведов / Сост. Ф.Н. Боронин. Горький: Волго-Вятское книжное изд-во, 1981.-C.75.
  - 2. Там же. С. 81.
- 3. Мельников П.И. Религиозные верования, домашний быт и обычаи мордвы Нижегородской губернии // Нижегородские губернские ведомости. -1886. -№ 48. C. 2-3.
- 4. Можаровский А. Русо-мордвы на нижегородской почве // Нижегородские губернские ведомости. -1893. -№ 36. -C.1–3.
- 5. А.А. Черемисы Василь Сурского уезда // Нижегородские губернские ведомости. 1887. N 2. С. 2–3.
- 6. Альбицкий П. Народное образование в Нижегородской губернии // Нижегородские губернские ведомости. -1887. -№ 3. С. 2-3.
- 7. Курбакова Е.В. История Нижегородской прессы. Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2007. С.8.
- 8. Альбицкий П. Итоги местной печати // Нижегородские губернские ведомости. 1887. № 1. C. 7.
- 9. Альбицкий П.А. Этнографические наброски. У Мишарей. // Нижегородские губернские ведомости. -1890. -№ 30. C. 2.

- 10. Мельников П.И. Религиозные верования, домашний быт и обычаи мордвы Нижегородской губернии // Нижегородские губернские ведомости. -1886. -№ 48. C. 2-3.
- 11. Гациский А. Нижегородские татары а татары ли? // Нижегородские губернские ведомости. 1886. № 39. С. 2.
- 12. Савельев А.А. Несколько слов о влиянии мордвы на свадебные обычаи русских крестьян в Нижегородской губернии //Нижегородские губернские ведомости. -1887. N = 38. C. 2.
- 13. А.А. Черемисы Василь Сурского уезда // Нижегородские губернские ведомости. -1887. № 2. C. 2-3.
- 14. Альбицкий П. Тубанаевские кожевники. // Нижегородские губернские ведомости.  $1886. N_{\odot} 49. C5.$
- 15. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику: теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. М.: РИП-холдинг, 2006. C.150.
  - 16. Там же. С. 160.

# The issues of ethno-cultural interaction on the pages of the newspaper "Nizhegorodskiye gubernskiye vedomosti"

N.V. Zotov

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod kolianzot@mail.ru

The article analyzes how the issues of multicultural dialog of different ethnic and confessional groups, living in the Volga District, were represented and portrayed in the local newspaper «Nizhegorodskiye gubernskiye vedomosty» at the end of the XIX century.

*Key words:* ethno-confessional interaction, dialog of cultures, public opinion, orthodoxy, tolerance, public education.

#### УДК 070

### Миграционный кризис в зеркале русскоязычных СМИ Германии (на примере региональной газеты «Диалог»)

© 2018 г. Е.О. Иванова

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского alena.o.ivanova@gmail.com

В статье дается краткий анализ ситуации, сложившейся в Германии в связи с миграционным кризисом, анализируются публикации русскоязычной региональной газеты «Диалог», проводится сравнение редакционной политики этого издания в отношении освещения темы миграции самого последнего периода с редакционной политикой, проводившейся в разгар миграционного кризиса в 2016 году.

*Ключевые слова:* миграционный кризис, Германия, русскоязычная пресса Германии, мультикультурализм, беженцы.

Европейский миграционный кризис, начавшийся в 2015 году и продолжающийся до сих пор, находится в фокусе внимания медиаисследователей.

На страницах прессы нашли свое отражение многочисленные проблемы, обострившиеся в связи с миграционным кризисом: усиление социальной напряженности, опасения и недовольство в обществе, угроза безопасности, проблемы интеграции, межкультурные различия, изменения в стабильной жизни европейцев.

Германия оказалась одной из наиболее привлекательных европейских стран для мигрантов. Потоки беженцев, хлынувшие из стран Африки и Ближнего Востока, привели страну в состояние миграционного кризиса. По данным на конец 2016 года в Германии находилось более 1,6 миллионов мигрантов, прибывших в страну «на гуманитарных основаниях» и 392 тысячи иностранцев с неустановленным статусом беженцев. Беженцы составляют 16% от числа всех проживающих в Германии иностранцев, примерно половина всех беженцев приехали из Сирии, Афганистана и Ирака, две трети из них мужчины, средний возраст которых составляет 29,4 года [1]. Это официальная статистика, учитывающая лишь мигрантов, официально просящих об убежище или зафиксированных европейскими миграционными ведомствами. В реальности численность нелегальных мигрантов, оказавшихся в Европе незаконно, намного превышает указанные цифры.

По состоянию на 2017 год количество въезжающих в Германию мигрантов снизилось, и Министр внутренних дел Германии Томас де Мезьер считает, что «миграционный кризис в Германии, вызванный экстремально высоким притоком беженцев в 2015-2016 годах, преодолен», однако «миграция и потоки беженцев будут одним из центральных вызовов мирового сообщества на ближайшие десятилетия, и ответ Европы на этот вызов может быть только совместным» [2].

Рассмотрим публикации, освещающие тему миграционного кризиса и миграции в целом, на страницах ежемесячной русскоязычной региональной газеты Германии «Диалог» за последние полгода с октября 2017 по март 2018 года [3]. Это издание уже попадало в фокус нашего исследования в 2016 году, когда была выявлена резкая антимиграционная редакционная политика газеты. Для освещения темы миграционного кризиса использовалась жесткая риторика, доминировала оппозиция «мы-они». В большинстве публикаций делался акцент на межкультурные различия и конфронтацию, употреблялись национальные стереотипы и резкие оценочные суждения с негативной коннотацией о мигрантах-мусульманах [4].

В публикациях за последние полгода отметим снижение количества материалов, посвященных миграционному кризису. Изменилась и риторика публикаций — она стала менее жесткой, кроме того, существенно снизилось количество писем читателей с резкими оценочными суждениями в адрес мигрантов.

Недовольство и возмущение «политикой гостеприимства» сменилось анализом ее последствий и перспектив, а также опасениями прихода новой волны миграции [5].

По информации МИД Германии, поток мигрантов в эту страну в 2017 году сократился, однако в ближайшее время почти семьдесят тысяч беженцев из Ирака и Сирии захотят приехать в Германию по линии воссоединения семей [6].

Отметим, что Германия остро нуждается в мигрантах, однако они должны иметь соответствующее образование. В связи с продолжающимся старением населения уже через 20 лет в стране возникнет дефицит квалифицированных кадров – медицинских работников, инженеров, техников [7]. Беженцы, однако, не в силах решить эту проблему для Германии, так как подавляющее большинство их них не имеет никакой профессиональной подготовки, часть из них не имеет даже школьного образования. Только 17% переехавших в Германию беженцев учились в высших учебных заведениях у себя на родине [8].

В целом, большинство публикаций посвящено описанию или анализу политической, экономической сторон миграционного кризиса, освещению действий властей, изменений в миграционном законодательстве. Первоначальные эмоции, возмущение и недовольство, характерные для публикаций в разгар кризиса 2015-2016 годов, сменились анализом последствий и перспектив сложившейся ситуации.

По-прежнему на страницах русскоязычной прессы мигранты практически не выступают в качестве источников информации, отсутствуют их личные истории и истории успеха в интеграции. Те редкие публикации, где предоставляется слово мигрантам или рассказываются их личные истории, связаны с негативом и криминалом [9–10].

Таким образом, риторика публикаций на тему миграционного кризиса за последнее время смягчилась, и количество материалов на эту тему уменьшилось, однако тема миграционного кризиса остается в числе важных на страницах русскоязычной прессы, при этом в большей части публикаций выражаются опасения прихода новой миграционной волны.

### Список литературы

- 1. Демидова О. В Германии находятся 1,6 миллиона беженцев [электр. ресурс]. Режим доступа: http://p.dw.com/p/2mto7. Дата обращения: 07.03.2018.
- 2. Жолквер Н. Миграционный кризис преодолен в Германии, но не в мире [электр. ресурс]. Режим доступа: http://p.dw.com/p/2qvl2m. Дата обращения: 07.03.2018.
- 3. Бесплатная библиотека русскоязычной прессы Германии [электр. ресурс]. Режим доступа: https://pressaru.de/. Дата обращения: 07.03.2018.
- 4. Иванова Е.О. Особенности освещения темы межкультурного диалога в русскоязычной прессе Германии // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2017. № 6. С. 178–180.
- 5. Без подписи. На Европу надвигается очередная миграционная волна // Диалог. 2017. № 10. С. 10.
- 6. Без подписи. Десятки тысяч беженцев хотят приехать в Германию по линии воссоединения семей // Диалог. −2017. № 11. С. 38.
- 7. Без подписи. Германии срочно требуются иностранные работники // Диалог. 2018. № 2. С. 8.
- 8. Филатова И. На родину по собственному желанию [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.dw.com/overlay/media/ru/инфографика-беженцы-в-германии/39957896/42167752. Дата обращения: 07.03.2018.
- 9. Без подписи. Помогая беженцам, больной пенсионер лишился всего // Диалог. -2017. -№ 10. C. 32.
- 10. Без подписи. Нелегалы в Германии // Диалог. 2018. № 1. С.8.

### Migration crisis in the mirror of Russian-language media in Germany (on the example of the regional newspaper "Dialogue")

E.O. Ivanova
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod alena.o.ivanova@gmail.com

The article gives a brief analysis of the situation related to the migration crisis in Germany. The author analyzes the publications of the Russian-language regional newspaper "Dialogue", compares the editorial policy of this issue in relation to the coverage of the topic of migration of the most recent period with the editorial policy conducted at the height of the migration crisis in 2016.

*Key words:* migration crisis, Germany, Russian-language press in Germany, multiculturalism, refugees.

#### УДК 321

### Политико-коммуникационные особенности Telegram-каналов Нижнего Новгорода

© 2018 г. А.Л. Коданина Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского kodanina@gmail.com

В статье анализируется специфика мессенджера Telegram как нового политико-коммуникационного ресурса. На примере Telegram-каналов Нижнего Новгорода дается общая характеристика явления и выявляются тенденции дальнейшего развития.

 $\it Ключевые$  слова: политическая коммуникация, новые медиа, Telegram-канал.

Процесс непрерывной и стремительной социализации интернетсреды, будучи важной тенденцией гражданской журналистики, обусловливает появление и развитие альтернативных источников информации, важнейшими из которых сегодня являются блоги, социальные сети, мессенджеры. Специалисты по информационной работе, журналисты, РКменеджеры ведут постоянный поиск новых путей коммуникационного взаимодействия с общественностью, целью которого служит наиболее полное и комфортное для целевой аудитории удовлетворение информационных потребностей.

В основу современной медийной модели кладутся новейшие информационные технологии, которые и определяют закономерности формирования и распространения контента онлайн-ресурсов. В этом контексте появление и развитие новостного мессенджера Telegram становится безусловно интересным медиаявлением, заслуживающим исследовательского внимания.

Возникшая в августе 2013 года мобильная сеть Telegram построена по принципу мессенджера, ассоциированного с телефонным номером абонента. Главной особенностью этого ресурса, отличающей его от аналогичных, служит возможность моментального получения и дальнейшего распространения информации в формате публичных каналов. Такая дистрибуция позволяет автору сообщения отправлять его неограниченному количеству подписчиков на условиях сохранения анонимности.

Это обусловливает высокий уровень приватности сообщений. К слову, изначально мессенджер позиционировался именно под девизом «Вернем себе право на приватность». Заметим, что эта особенность Telegram, а именно высокий уровень анонимности, накладывает специфический отпечаток на качество распространяемой информации, которая неподцензурна, а, следовательно, может быть востребована не только для распространения инсайдерской информации, столь интересной аудитории, но и для дистрибуции компрометирующих сведений, слухов и историй, проверка достоверности которых практически невозможна.

Рассмотрим подробнее нижегородские Telegram-каналы, занятые формированием политической повестки дня. Заметим, что катализатором политико-коммуникационной активности в регионе, важным следствием который стал количественный рост Telegram-каналов, стал процесс смены политических элит во второй половине 2017 года, связанный, в первую очередь, с уходом с поста губернатора Нижегородской области В.П. Шанцева.

Давая общую характеристику политико-коммуникационной активности в среде Telegram, отметим, что сегодня в Нижнем Новгороде около 10 каналов ведут активную информационную работу, регулярно обновляя ленту новостями, содержащими выраженную политическую окраску. Наиболее заметные среди них: «Нижегородский олень» (свыше 6300 подписчиков), «АПешечка» (2020 участников), «Нижегородский эксперт» (1470 участников), «ВОВК» (1390 участников). Их характеризуют оперативный сбор, обработка, анализ и распространение информации, внимание к проблемам общества и призывы к их решению, а также свобода слова, подчас приобретающая абсолютный характер. Рассмотрим подробнее некоторые из наиболее заметных Telegram-каналов.

Неофициальным флагманом Telegram-движения в Нижнем Новгороде является канал «Нижегородский олень», насчитывающий сегодня свыше 6300 подписчиков. При этом количество просмотров отдельных сообщений может превышать 11000, что достигается активным перепостом информации «Нижегородского оленя» местными и федеральными ресурсами (среди них — РБК, «Московский комсомолец», «Новые известия», «ИФ Регион», «Версия» и многие другие).

Канал был создан в июле 2017 года, а в первом сообщении от 11 июля опубликована программа нового ресурса: «Нижегородский олень — главный нижегородский политический Telegram-канал. То, что вы никогда не прочитаете в нижегородских СМИ. Аналитика. Разоблачения. Скандалы. Самые горячие политические события. О нижегородской политике и политиках. Без воды, без авторитетов и без запретов. Честно, откровенно и компетентно. На злобу дня».

Стремление стать самым острым и актуальным источником информации обусловило принципы формирования контента. Как правило, это события и комментарии того, что волнует нижегородцев и вызывает дискуссии в СМИ и социальных сетях. Среди затронутых тем – отставка прокурора Нижегородской области (запись от 24 августа 2017 года), а также главы Нижнего Новгорода (12 декабря 2017 года), снежный коллапс на дорогах (22 января 2018 года), скандальные истории о коррупции среди чиновников и членов их семей (сообщения от 25 октября 2017 года, 23 ноября 2017 года, 4 декабря 2017 года, 20 декабря 2017 года и другие), новости о наращивании медиаактивов политическими ньюсмейкерами (11 декабря 2017 года), всевозможные рейтинги и прогнозы. Хочется отметить оперативность реагирования ресурса на информационную повестку дня. В частности, новость об избрании мэром Нижнего Новгорода В.А. Панова появилась на ленте канала несколько минут спустя после самого избрания.

Нередко информационным поводом для сообщений Telegram-канала становятся заметки и статьи, опубликованные в традиционных СМИ и альтернативных источниках информации. В частности, в ленте канала мы можем видеть авторские комментарии и отклики на опубликованную информацию на портале «пп.ru», ИА «REGNUM», в газете «Коммерсант», а также других Telegram-каналов и социальных сетей. Таким образом, отметим, что анализируемый канал несет в себе качества не только медиаресурса, самостоятельно продуцирующего информационный продукт, но и авторского блога, реагирующего на уже опубликованную информацию. Очевиден конвергентный характер этого ресурса, выражающийся в мультимедиатизации распространяемого контента: наряду с текстовыми сообщениями в ленте «Нижегородского оленя» мы увидим ссылки на первоисточник, инфографику, фото- и видеоматериалы, всевозможные рейтинги (записи от 25 декабря 2017 года, 29 декабря 2017 года, 12 января 2018 года, 12 февраля 2018 года, 2 марта 2018 года).

Заслуживает внимания своеобразная стилистика Telegram-канала. Опубликованные тексты содержат большое количество иронических, саркастических, а подчас хлестких выражений. К примеру, таких, как «взорван очередной медиаснаряд» (пост от 25 августа 2017 года), «политолухи» (запись от 23 октября 2017 года), «элиты замерли в ожидании» (4 декабря 2017 года), «гербарий из слухов» (25 декабря 2017 года). Очевидно стремление автора (или команды авторов) создать не только содержательный, но и оригинальный по форме текст. Примечательно, что в рамках Telegram-канала публикуются не только короткие сообщения, но и лонгриды, в том числе аналитического характера. К числу таковых можно отнести, к примеру, пост от 4 декабря 2017 года, в котором анализируются причины открытия уголовного дела против депутата Законодательного Собрания Нижегородской области Александра Бочкарева.

Говоря об особенностях анонимных нижегородских Telegram-каналов (а их большинство – наряду с «Нижегородским оленем» это и «Нижегородский эксперт», и «АПешечка», и другие), заметим, что одной из ключевых проблем, усложняющих актуализацию феномена Telegram, является проблема верификации опубликованных сообщений. В условиях анонимности определить, кто является субъектом коммуникации и с какой целью, практически невозможно. С одной стороны, скрываясь под маской анонимности, автор получает неограниченную свободу слова и мысли, что и привлекает в Telegram-канал все новых и новых подписчиков. В то же время автором может выступать как профессиональный журналист, так и политолог, политтехнолог, прочие заинтересованные в коммуникации субъекты, использующие в том числе манипулятивные технологии воздействия на аудиторию, что ставит под сомнение объективность и достоверность распространяемых ими сведений.

Заслуживает отдельного рассмотрения также вопрос о том, кто является настоящим адресатом сообщений, или объектом коммуникации. С одной стороны, ответ на него очевиден: нижегородская общественность. Однако прямые призывы к действующей власти, содержащиеся, в частности, в записи от 23 октября 2017 года («Письмо к Глебу Никитину») позволяют предположить, что такой коммуникативный источник, как Telegram-канал, ориентирован прежде всего на политическую элиту, а

также лидеров мнений, формирующих политическую повестку дня. В связи с этим можно предположить, что влиятельность Telegram-канала измеряется не количеством подписчиков, а их профессиональным составом и степенью воздействия на информационную картину и политическую обстановку в регионе.

Весьма заметным явлением в нижегородском Telegram-сегменте является и «первый неанонимный канал о нижегородской политике «ВОВК», как его позиционирует автор — журналист Андрей Вовк. Свою деятельность в Telegram автор начал 15 сентября 2017 года. Спустя полгода, в марте 2018 года, количество подписчиков канала составило 1398 человек. Начинается ведение Telegram-канала со следующего программного заявления: «Буду писать сам, давать площадку другим экспертам, в независимости которых я не сомневаюсь».

Как видим, основной акцент автором делается на инсайдерскую информацию, которой Андрей Вовк активно делится с читателями. Однако «других экспертов», о которых автор говорил в программном тексте, на площадке обнаружить не удалось. Возможно, Андрей Вовк имел ввиду репосты сообщений других каналов, которых на его странице можно найти в довольно большом количестве.

Отметим, что канал «ВОВК» активно следит за высказываниями других ньюсмейкеров в СМИ и социальных сетях, различными политическими рейтингами, прилагая свой комментарий к репостам. Очевидно, что автор отлично осведомлен о политической повестке дня. Более того, он пытается ее формировать, предлагая собственные прогнозы развития событий (записи от 15 сентября 2017 года, 5 декабря 2017 года).

Если анализировать тексты, написанные самим автором, то в среднем их просматривают от 200 до 1500 и более человек, что говорит о достаточно высоком интересе к политической точке зрения Андрея Вовка и его новостям. Думается, авторитета каналу «ВОВК» добавляет то, что автор, не прячась под маской анонимности, несет личную ответственность за все сказанное в ленте, что придает весомость каждому слову.

Вообще стиль подачи говорит о том, что канал «ВОВК» можно отнести к профессиональной авторской журналистике. Здесь не просто журналист делится информацией, но и выражает личностное отношение к происходящему. Отметим, что автор постоянно демонстрирует навыки самопрезентации, напоминая читателям, какой серьезный путь в журналистике проделал и в каких своих прогнозах оказался прав. Подобные отвлечения от основной – политической – темы дают основания полагать, что именной Telegram-канал был задуман автором в том числе с целью

продвижения собственной карьеры ньюсмейкера и журналиста, решения не только информационных, но и имиджевых задач.

При этом подчеркнем, что А. Вовк постоянно декларирует собственную независимость от политических сил региона (см. запись от 20 сентября 2017 года). Впрочем, проверить подобное утверждение не представляется возможным.

Таким образом, видим, что серьезной проблемой нижегородского Telegram-сегмента служит отсутствие транспарентности источника информации, что не просто затрудняет читательское восприятие, но и снижает доверие к публикуемой информации. С одной стороны, обилие эксклюзивных инсайдерских сведений на ленте «Нижегородского оленя» и канала «ВОВК» позволяет сделать вывод о разветвленной сети информаторов в различных политических, экономических и общественных структурах не только регионального, но и федерального значения. Но, с другой, ввиду того, что ни один из источников прямо не называется, а автор предпочитает давать в сообщениях ссылку на некий безликий «источник @nn\_olen» или преподносит все как результат собственных размышлений, возникает резонное сомнение относительно правдивости и достоверности распространяемого контента, а также политической неангажированности субъекта коммуникации. Таким образом, проблема верификации информации, распространяемой посредством Telegram, остается одной из самых актуальных, заслуживающих не только научного рассмотрения, но и возможного законодательного регулирования.

Еще одной серьезной проблемой Telegram-коммуникации служит

Еще одной серьезной проблемой Telegram-коммуникации служит однонаправленный характер информационного потока: каналы публикуют новость, но не получают обратной связи. Таким образом, приходится констатировать, что медиапотребление в Telegram носит односторонний, закрытый характер, исключающий активную роль аудитории в комментировании контента. Исключением становятся единичные случаи, когда каналы предоставляют читателям возможность поучаствовать в опросах, проголосовав с помощью специальных символов (см. «Нижегородский олень», запись от 7 марта 2018 года).

Заметим, что, несмотря на технологические ограничения, нижегородский сегмент Telegram стремится повышать степень участия подписчиков в формировании и распространении контента. С этой целью, в частности, некоторые каналы предлагают пользователям отправлять сообщения на указанный адрес электронной почты, тем самым стремясь понять реакцию аудитории и читательские ожидания. Можно предположить, что в будущем эта и вышеуказанные проблемы найдут конструктивное решение. В заключении хотелось бы отдельно упомянуть самый молодой Telegram-канал, имеющий отношение к региональному общественно-политическому контенту, — канал представительства Нижегородской области в Москве под названием «GR-приемная», созданный 28 февраля 2018 года. Думается, уже сам факт его появления — символичный сам по себе — говорит об официальном признании политико-коммуникационной действенности и эффективности Telegram как транслятора новостного контента, изначально сугубо неформального.

В чем же принципиальное отличие «GR-приемной» от предшественников? В первую очередь, отметим четкую атрибуцию источника передаваемой информации, выражающуюся в официальном позиционировании канала представительства Нижегородской области в Правительстве Российской Федерации. В самой первой записи авторы подчеркивают: «В рамках концепции GR-приемной мы запускаем свой первый сервис — Telegram-канал с оперативной информацией о мерах государственной поддержки бизнеса. Мы будем отслеживать актуальные тенденции и сообщать вам все полезные новости и прикладные сведения о возможностях привлечения федеральных инвестиций». Четко обозначенный субъект коммуникации обусловливает высокую степень доверия новому информационному источнику.

В программном сообщении обозначена и целевая аудитория канала — нижегородские «малые и средние предприятия». При этом указывается способ обратной связи с ресурсом и призыв к читателям активнее задавать вопросы. Тем самым подчеркивается важность налаживания канала обратной связи. И хотя сегодня еще рано оценивать коммуникационную активность «GR-приемной», заметим, что всего лишь за несколько дней своей работы канал набрал свыше 470 подписчиков, что говорит о востребованности достоверной и оперативной информации из официального источника.

Полагаем, что освоение коммуникационных ресурсов сети Telegram со стороны органов власти в будущем получит свое продолжение, что внесет коррективы в региональную информационную повестку дня. В свою очередь, политико-коммуникационные особенности Telegram как перспективного медийного источника послужат предметом для дальнейшего научного осмысления и анализа.

#### Список литературы

1. Амзин А.А. Особенности медиапотребления // Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / Под ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный ун-т. — 2016. — С. 86—100.

- 2. Голошубина О.К. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации // Вестник Омск. ун-та. -2015. -№ 1(75). C. 208–212.
- 3. Линд А.В., Махов А.А. Мессенджер Telegram как эффективный инструмент в работе с целевыми аудиториями // Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика. Мат-лы VIII Всерос. науч.-практ. конф. Уфа. 2016. С. 119–126.
- 4. Соколова Д.В. Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2380. Дата обращения: 01.03.2018.

## Political and communication peculiarities of Telegram channels in Nizhny Novgorod

A.L. Kodanina
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod kodanina@gmail.com

The article analyzes the specifics of Telegram as a new political and communication resource. On the example of the Telegram channels in Nizhny Novgorod provides an overview of the phenomena and the trends of further development.

Key words: political communication, new media, Telegram channel.

УДК 070

# Информационное агентство: творческие аспекты деятельности и региональная специфика функционирования (на примере ИА «Интерфакс-Поволжье»)

© 2018 г. Т.С. Курманина
Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского tkurmanina@mail.ru

Рассматриваются особенности современных информационных агентств, ставятся вопросы о востребованности деятельности агентств — поставщиков новостей — в информационную эпоху фейковых новостей. Представлены данные о деятельности международного информационного агентства, его позициях на российском и мировом рынке информации, рассматриваются особенности работы агентства в конкретных регионах.

*Ключевые слова:* информационные агентства; основные типологические признаки агентств; рейтинги; новости.

Информационные агентства являются первыми звеньями в цепи распространения сообщений СМИ. За почти 200-летнюю историю существования цель агентств мирового и национального уровней оставалась неизменной: молниеносная доставка правдивых сообщений, которые актуальны в данный момент для различной аудитории.

Сохранилась и главная особенность информационного агентства

Сохранилась и главная особенность информационного агентства как типа СМИ – специфический характер потребителя продукта деятельности. Однако в современном обществе огромной конкуренции агентства борются и за скорость передачи уникальной информации подписчикам на лентах, и за более широкое освоение рынка, потому мы можем наблюдать за реализацией множества сценариев: организация пресс-конференций, информационное спонсорство на различных мероприятиях, эксклюзивные обзоры и интервью с лидерами мнений на актуальные темы, предложение коммерческих продуктов на информационной основе, которые интересны представителям бизнес-сообщества, политических кругов. Но, безусловно, при реализации подобных схем производство новостной информации остается основным приоритетом агентства, которое лишь помогает выстраивать внешний менеджмент.

Исследователь В.И. Сапунов отмечает, что в современной России информационные агентства стали не просто крупными центрами обработки и фильтрации бесконечно поступающей информации, они задают вектор для деятельности всей системы средств массовой информации. Потому ученый определяет информагентство как информационно-коммуникативный комплекс по накоплению, обработке и распространению общезначимых сведений, обеспечивающий оптимальное функционирование коммуникационной системы в рамках массового общества [1].

Информационное агентство «Интерфакс», созданное в 1989 году, стало первым в стране негосударственным каналом оперативной политической и экономической информации. Подписчиками агентства являются ведущие российские и зарубежные СМИ, а также государственные структуры, крупнейшие банки, корпорации, компании и фонды [3].

Приоритеты «Интерфакса» реализуются в написании такой информации, которая непосредственно затрагивает интересы людей — тех, кто принимает решения в бизнесе и политике. Однако, несмотря на то, что агентство поддерживает отношения с широчайшим кругом государственных органов, политических групп и партий, компаний, категорически не допускается, чтобы информация использовалась для лоббирования интересов какой-либо группы людей, организации.

Руководители агентства в своде своих правил для сотрудников определяют, что приоритет всегда и при всех обстоятельствах отдается

новости, имеющей большой общественный и политический резонанс, затрагивающей финансовые интересы людей и компаний, а также способной повлиять на рынок. Важнейшее требование — достоверность, поскольку ошибка может нанести огромный ущерб поверившим людям.

Главное достояние агентства — репутация надежного, точного, оперативного и объективного источника новостей. Доверие читателей строится на профессионализме журналистов, следовании принципам независимой и качественной журналистики, жестким правилам проверки информации, нормам профессиональной этики.

Подобные установки особенно актуальны в современных реалиях, когда борьба против ложных новостей и пропаганды становится одним из вызовов цифровой эры. В борьбе с так называемыми фейковыми новостями нужна коллективная бдительность государства, СМИ и общества в отношении всех тех, кто использует такие инструменты, чтобы дестабилизировать демократию. Журналисты «Интерфакса» воздерживаются от высказывания собственного мнения в сообщениях и под личную огромную ответственность компании и сотрудника в частности сообщают только ту информацию, источник которой ей известен, в объективности которого сомнений не существует.

В качестве подтверждения безусловной значимости деятельности «Интерфакса» приведем статистику исследования по итогам 2016 года, полученную на основе анализа публикаций, имеющихся в крупнейшей мировой базе международных СМИ Factiva, а также базе данных СКАН (Система комплексного анализа новостей).

Таблица 1. Количество ссылок международных ИА на «Интерфакс» в 2016 году.

Показатели за 2016 год	Интерфакс количество ссылок	РИА Новости количество ссылок	ТАСС количество ссылок
агентство Reuters на английском языке	1143	861	555
агентство Dow Jones на английском языке	839	31	144

агентство DPA на немецком языке	815	22	377
английская радиостанция ВВС	1342	701	467
агентство France Presse на французском языке	381	251	247
агентство EFE на испанском языке	258	118	48
агентство ANSA на итальянском языке	581	155	747

В категории «Центральные и федеральные печатные СМИ России» на основе мониторинга около 300 наиболее авторитетных газет и журналов в 2016 году на «Интерфакс» делались 14 855 ссылок, ТАСС в качестве приоритетного источника употребили 10 160 раз, «РИА Новости» – 6 092 раза [4].

Подразделения агентства круглосуточно работают во всех округах Российской Федерации. В категории «Региональные печатные издания» в 19 наиболее населенных регионах «Интерфакс» получил 13 первых мест: в Санкт-Петербурге, Башкортостане, Красноярском, Пермском, Приморском и Хабаровском краях, Волгоградской, Воронежской, Нижегородской, Новосибирской, Ростовской, Самарской и Челябинской областях.

Как мы видим из представленных данных, «Интерфакс» занимает лидирующие позиции в регионах Приволжского федерального округа. Информационное агентство «Интерфакс-Поволжье» входит в состав Международной информационной Группы «Интерфакс» (Interfax Information Services Group) и специализируется на освещении событий в Приволжском федеральном округе. Агентство издает собственный информационный продукт — «Новости Интерфакс-Поволжье» — для средств массовой информации, органов власти, компаний, предприятий и банков. Агентство имеет пресс-центры и приглашает журналистов и спикеров в Нижнем Новгороде, Казани, Самаре, Перми, Уфе.

Специфика округа, исходя из региональной проекции, заключается, во-первых, в особенностях отдельной территории — республики, края, области; во-вторых, в населении и влиятельных кругах региональной политической элиты; в-третьих, в характере определенного социально-политического процесса регионального масштаба. Журналисты освещают политическую, социальную, криминальную, экономическую

повестку из шести республик, одного края и семи областей, входящих в состав ПФО. Отметим, что природно-географическая специфика региона предопределяет этническую сторону жизни населения. Исторически формируются социокультурное ощущение и политические предрасположенности населения на определенной территории. Кроме того, технико-производственная структура региона, его социально-экономический, политический и социокультурный профиль требуют адекватных форм и способов политического управления, который специфичен для каждого региона округа [5].

В качестве примера приведем анализ ряда социальных и политических событий за 2017 год в основных регионах Поволжья: сменились мэры и губернаторы, случились громкие коррупционные дела и чрезвычайные события, которые были важны для новостной повестки всей страны.

Таблица 2. Социальные и политические события 2017 года в ПФО.

Башкирия	В мае потерпел крушение принадлежащий авиакомпании «Лайн Эйр» вертолет Robinson, занимавшийся мониторингом лесопожарной обстановки по договору с республиканским центром предупреждения и тушения лесных пожаров. При крушении вертолета погибли три человек.  Пожар в частном доме в августе унес жизни 9 человек, в том числе, пяти детей. Жертвами пожара стали члены нескольких семей.
Кировская область	После обвинений в получении взятки в 2016 году был снят с должности губернатор области Никита Белых; врио главы, а затем губернатором региона был выбран Игорь Васильев.
Нижегородская область	В сентябре в досрочную отставку ушел губернатор Валерий Шанцев.
Оренбургская область	Выборы губернатора.
Пензенская область	Авария в январе: в ходе гидравлических испытаний на ТЭЦ обрушилась кровля здания и потиб сотрудник станции.
Самарская область	Суд приговорил к пожизненному заключению двух обвиняемых по делу об убийстве офицера полиции Андрея Гошта и членов его семьи.
Саратовская область	После выборов губернатора в связи с нарушениями в ходе избирательной кампании ушел в отставку глава Саратова Валерий Сараев.

Республика Марий Эл	Отставка и арест главы региона Леонида Маркелова по делу о получении взятки, выборы нового главы; 15 человек погибли в ноябре в результате ДТП с участием пассажирского микроавтобуса и лесовоза с прицепом.
Республика Мордовия	Выборы главы.
Республика Татарстан	14 человек погибли в Татарстане в результате столкновения грузовика и автобуса.
Пермский край	Выборы губернатора.
Удмуртская республика	Задержание и последующий арест главы региона Александра Соловьева. Его обвинили в получении крупной взятки, выборы нового главы; В ноябре в Ижевске произошел взрыв газа в жилом многоквартирном доме - обрушился подъезд с 1-го по 9-й этаж, погибли семь человек. Взрыв бытового газа, по мнению следователей, мог быть спланированным преступлением.

На основании приведенных примеров можно сделать вывод, что ПФО является важным округом в политическом и социальном плане — смена лидеров произошла практически во всех регионах, в ряде регионов, к тому же происходило много чрезвычайных ситуаций, которые приводили к гибели людей.

Региональный журналист, освещая криминальную, чрезвычайную или политическую повестку, всегда руководствуется главными принципами агентства: независимость, ответственность, точность и объективность, следование базовым этическим нормам и установленным стандартам.

Таким образом, изучение принципов функционирования, подробный контент-анализ событий и их значимости на федеральном и мировом рынке информации от регионального бюро международного информационного информагентства является перспективным направлением для исследования.

### Список литературы

- 1. Вартанова Е.Л., Вирен Г.В., Фролова Т.И. Типология информационных агентств // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика.  $-2013.- \cancel{N}_2 3.- C.3-6$ .
- 2. Гарматий О. Информационные агентства и интернет // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа: материалы VI Международной научно-практической конференции / Сост.

- Б. Л. Залесский; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. Минск: БГУ, 2017. С. 50–56.
- 3. Технология новостей от Интерфакса / В.В. Герасимов, Р.Б. Ромов, А.А. Новиков и др.; под ред. Ю.А. Погорелого. М.: Аспект-Пресс, 2011. 158 с.
- 4. Об Интерфаксе [электр. ресурс]. Режим доступа: http://group.interfax.ru/. Дата обращения: 01.03.2018.
- 5. Магронт М.В. Новости как профессия: учебное пособие / М. Магронт. Москва: Аспект Пресс, 2015.-119 с.

## Information agency: creative aspects of activity and regional specification of functioning (on the example of Interfax-Volga Region)

T.S. Kurmanina
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod
tkurmanina@mail.ru

Typological features of modern news agencies are studied, questions are raised about the relevance of the activities of news agencies - in the information era of fake news. The data on the activities of the international news agency, its positions on the Russian and global information market, presents the specifics of the agency's work in specific regions.

*Key words*: information agencies; basic typological signs of agencies; ratings; news.

УДК 070

# Профессионально-этический компонент в системе подготовки будущих журналистов: проблемы и тенденции

© 2018 г. Л.С. Макарова, Т.Е. Новикова Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского limakar@bk.ru; tatyananovikova@yandex.ru

Выявляются и анализируются отдельные аспекты нарушений этических норм в современных российских СМИ. Показан путь их преодоления через совершенствование системы подготовки журналистов в соответствии с требованиями профессиональных и образовательных стандартов. Авторы отмечают необходимость включения деонтологических дисциплин в учебный план подготовки как бакалавров, так и магистров по направлению «Журналистика». Также авторами рекомендуется уточнить содержание тех компетенций, которые связаны с формированием

знаний, умений и навыков, имеющих отношение к профессионально-этическим аспектам подготовки будущих журналистов.

*Ключевые слова*: профессиональная журналистская этика, СМИ, современная российская журналистика, журналистское образование, компетенции, профессиональные стандарты, образовательные стандарты.

Теоретические основания этики как нормативного начала журналистской профессии были заложены М.В. Ломоносовым в «Рассуждении об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенном для поддержания свободы философии» [1].

По прошествии двух столетий с тех дней, когда писались эти строки, в российском медиапространстве были разработаны и приняты следующие этические стандарты: Кодекс профессиональной этики российского журналиста (Союз журналистов России, 1994 г.), Декларация Московской хартии журналистов (1994 год), Кодекс этических норм (Общество профессиональных журналистов, 1996), Хартия телерадиовещателей (1999 г.), Антитеррористическая конвенция Индустриального комитета СМИ (2003 г.), Медиаэтический стандарт Общественной коллегии по жалобам на прессу (2015 г.).

Этические нормы и проблемы их действенности находятся в зоне пристального внимания отечественных исследователей. К данному вопросу обращались И.В. Киреева, Г.В. Лазутина, Д.С. Авраамов, И.М. Дзялошинский, С.Г. Корконосенко, В.М. Теплюк и другие. Г.В. Лазутина подчеркивает, что мировая «этическая мысль <...> насчитывает сегодня едва ли не три десятка этических теорий и направлений» [2]. Представление о предмете и структуре журналистской этики конкретизировано Е.П. Прохоровым: «Профессиональная этика журналиста — это юридически не фиксируемые, но принятые в журналистской среде и поддерживаемые силой общественного мнения, профессионально-творческими организациями моральные предписания — принципы, правила и нормы нравственного поведения журналистов» [3].

Взаимодействие профессиональных этических предписаний с морально-нравственной рефлексией самих журналистов отмечается каждым из перечисленных исследователей. Однако важное значение сегодня приобретает редакционная политика издания, диктующая журналистам нравственные ценности и установки. Обращает на себя внимание тенденция «пожелтения» телевизионного контента и сознательный выбор

«трэш-эстетики» в качестве идейно-содержательного фундамента. Особенно заметен разрыв между «должным» и «сущим» в эфире государственных федеральных телеканалов.

За истекшие два года в программной сетке телеканалов игнорируется неприкосновенность частной жизни, личной и семейной тайны, закрепленная в положении Кодекса профессиональной этики российского журналиста [4], а также ст. 23 Конституции Российской Федерации [5] и ст. 15.2 Гражданского кодекса Российской Федерации [6]. Семейная жизнь публичных персон – не столько частые темы в телеэфире, но регулярные – легли в основу таких программ, как «Пусть говорят», «На самом деле» (Первый канал), «Прямой эфир» (Россия-1). Например, пристальному вниманию были подвергнуты перипетии брачных отношений Армена Джигарханяна. На протяжении нескольких месяцев в эфире ежедневной программы «Пусть говорят» смаковались подробности так называемого «Дела Армена Джигарханяна и Виталины Цымбалюк-Романовской». Вот лишь некоторые хэдлайны выпусков программы в эфире государственного канала: «Виталина украла у меня деньги», «Правда ли, что Виталина изменяла Джигарханяну?», «Доверенное лицо Виталины <...>, оказалось в центре скандала – Элину Мазур назвали владелицей сети борделей», «Обе бывшие: две жены Джигарханяна лицом к лицу» [7]. Также общественным достоянием стала личная жизнь Спартака Мишулина, Александра Серова и других.

Целый пласт тематических выпусков «На самом деле», преследующих выяснение родственных связей персон шоу-бизнеса, объединен в специальные выпуски под заголовком «Скандальные ДНК-тесты» или «Звезды под гипнозом». Например, ««Плачет девочка...»: внебрачная дочь Евгения Осина требует тест ДНК», «Действительно ли у Александра Серова есть внебрачная дочь? Что покажет тест ДНК?», «Дочь против брата звезды: результаты нового ДНК-теста» и так далее [8]. Нельзя не отметить, что данные шоу полностью отвечают канонам бульварных изданий и транслируются в наиболее активное время телепросмотра — вечерний прайм-тайм.

Следует отметить также тиражирование в эфире девиантного поведения так называемых представителей «золотой молодежи»: Виктор Усков и Руслан Шамсуаров («Гонки на «Гелендвагене»), «стриттрейсерша» Мара Багдасарян регулярно попадают в «топовые» новости всех СМИ. Весьма показательной является «история Дианы Шурыгиной», спровоцированная ее выступлением в эфире программы «Пусть говорят» (Первый канал, Россия-1) и получившая широчайший общественный резонанс. Не исключено, что под влиянием «успеха» данных медиаперсон

все чаще в разряд скандальных новостей попадают представители подрастающего поколения и студенты.

Отметим, что отдельные аспекты нарушений этики, избранные предметом исследования в данной статье, происходят на фоне действующей законодательной практики. Всего журналистскую деятельность регламентируют свыше полутысячи законодательных и подзаконных актов. С одной стороны, они служат детализации контроля государства за медиасферой, а с другой – размывают ответственность и делают ее бессубъектной. Добавим, что действующий с разными поправками с 1991 года «Закон о СМИ» подразумевает наличие самостоятельного «Закона о телевидении». Его нет до сих пор, а нормативное регулирование телевидения происходит за счет различных поправок в действующий Закон.

Союз журналистов России, Медиасоюз, Общественная коллегия по жалобам на прессу – органы саморегулирования СМИ, призванные содействовать повышению профессионально-этического статуса российского журналиста. Но результативность деятельности данных организаций все же довольно низка. В проблемной ситуации, сложившейся в российских СМИ, журналистское сообщество подчас обнаруживает беспомощность в борьбе за сохранение права выполнять свои профессиональные обязанности в контексте социально-общественного предназначения журналистики. Один из способов разрешения ситуации заключается в необходимости популяризации, всестороннего изучения деонтологических документов в процессе подготовки будущих журналистов.

Несомненно, что современное журналистское образование в России должно быть включено в контекст мировых тенденций. В данном случае своеобразным «ориентиром» для академического сообщества становится Тартуская декларация Европейской ассоциации подготовки журналистов (European Journalism Training Association) 2006 года, включающая систему компетенций, освоение которых предполагается в рамках учебного процесса. Текст данного документа с изменениями, принятыми в 2013 году, размещен на сайте http://www.ejta.eu [9]. «Преамбула документа свидетельствует о том, что профессия журналиста понимается, прежде всего, как служение обществу, выполнение общественных обязанностей: «Журналисты должны служить обществу с целью обеспечения понимания политических, экономических, социально-культурных условий, стимулирования и укрепления демократии на всех уровнях. Помимо этого, журналист должен:

- 1. Иметь чувство ответственности за свободу выражения мнений;
- 2. Уважать индивидуальные особенности людей;

- 3. Критически относиться к источникам информации и не зависеть от корыстных интересов;
  - 4. Использовать общепринятые этические нормы» [10].

Таким образом, этические нормы и следование им в профессиональной деятельности являются важными компонентами подготовки будущих журналистов в соответствии с представлениями о профессии в контексте европейского журналистского образования.

Начиная с 2009 года, в нашей стране сменились три Государственных образовательных стандарта подготовки журналистов. Например, ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300-Журналистика, квалификация (степень) «бакалавр», приказ № 775 от 21.12.2005 г. (ФГОС-3), ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02- Журналистика (уровень бакалавриата), приказ №951 от 14.08.2014 г. (ФГОС-3+), ФГОС ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02- Журналистика, приказ № 524 от 08.06.2017 г. (ФГОС-3++), вступил в силу с 30.12.2017 года. Создание данных образовательных стандартов связано с реализацией компетентностного подхода. При этом анализ содержания компетенций, предусмотренных указанными документами, свидетельствует, что требования к знаниям в области профессиональной этики у будущих журналистов становятся с каждым разом все более «размытыми». Например, ФГОС ВПО (ФГОС-3) включал в перечень профессиональных компетенций ПК-12 и ПК-22. Формулировки предполагали вполне конкретные требования к процессу их освоения: «понимание значения этических ориентиров и регуляторов журналистской деятельности, знание основных российских и международных документов по профессиональной этике» (ПК-12) и «осведомленность о базовых отечественных и зарубежных профессиональных стандартах работы журналиста» (ПК-22). Также ФГОС-3 четко формулировал ЗУН (знания, умения и навыки), которыми должен владеть бакалавр по направлению «Журналистика»: «Понимать значение этических регуляторов в журналистской деятельности; знать российские и международные этические нормы, кодексы профессиональной этики; уметь использовать их в своей повседневной практике» [11]. Также следует отметить, что дисциплина «Профессиональная этика журналиста» в рамках ФГОС-3 включалась в базовую часть профессионального цикла, что предполагало ее обязательное изучение будущими журналистами.

В ФГОС ВО (ФГОС-3+) подготовки бакалавра по направлению «Журналистика» количество ПК-компетенций существенно сократилось: с 57 в ФГОС-3 до 7. Соответственно, в большинстве своем их со-

держательная часть была включена в раздел ОПК (общепрофессиональные компетенции) [12]. Формирование у будущих журналистов ЗУН, имеющих отношение к теоретическим и практическим аспектам профессиональной этики связано в ФГОС-3+ с освоением компетенций ОПК-1 и ОПК-8. При этом содержание данных компетенций носит, на наш взгляд, более широкий характер, нежели в предыдущем стандарте: оно в основном связано с формированием у студентов представления о социальной миссии журналистики и ответственности журналиста (ОПК-1). Содержание компетенции ОПК-8, имеющей непосредственное отношение к проблеме профессиональной этики журналиста – «способность следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике», [12] — не включает параметр понимания значения этических регуляторов в профессиональной деятельности журналиста.

Следует отметить, что в соответствии с положениями стандарта ФГОС-3+, формирование ЗУН в контексте карт компетенций стало прерогативой образовательного учреждения. Карта компетенций по направлению 42.03.02 «Журналистика» в рамках реализации ОПОП в Институте филологии и журналистики Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского (представлена доц. Л.С. Макаровой, утверждена Методической комиссией Института филологии и журналистики) предполагает формирование следующих ЗУН компетенции ОПК-8: знать основные российские и международные документы по журналистской этике; уметь использовать в профессиональной деятельности основные российские и международные документы по журналистской этике; владеть навыками анализа и самоанализа практики применения в профессиональной деятельности положений российских и международных документов по журналистской этике.

Несомненно, что формирование ЗУН данной компетенции возможно в полной мере в процессе анализа как позитивных, так и негативных практик современных зарубежных и российских СМИ, в том числе, посредством деловых игр, метода конкретных ситуаций, эссе.

Утвержденный ФГОС-3++, вступивший в силу с 30.12.2017 года,

Утвержденный ФГОС-3++, вступивший в силу с 30.12.2017 года, ориентирован на подготовку будущих журналистов в соответствии с требованиями профессиональных стандартов. В Приложении к ФГОС-3++ указаны профессиональные стандарты, соответствующие профессиональной деятельности выпускников. Они относятся к следующим видам профессиональной деятельности: 06 – Связь, информационные и коммуникативные технологии: 06.009 – «Специалист по продвижению и рас-

пространению продукции СМИ» и 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»; 11 — Средства массовой информации, издательство и полиграфия — включает 7 профессиональных стандартов, в том числе, «Корреспондент СМИ», «Ведущий телевизионной программы», «Редактор СМИ». Давая общую характеристику данного ФГОС-3++, следует отметить, что, в отличие от обязательного набора УК (универсальных компетенций, во ФГОС-3+ были ОК — общекультурные компетенции) и ОПК (общепрофессиональных) компетенций в рамках указанной выше группы направлений подготовки, набор и формулирование содержания профессионального стандарта, становится во ФГОС-3++ прерогативой образовательной организации. Это, с одной стороны, дает вузам определенную свободу в реализации понимания задач профессиональной подготовки будущих журналистов, но в то же время накладывает особую ответственность за судьбу выпускников и их дальнейшую востребованность в профессиональном и творческом плане.

Профессиональный стандарт предполагает характеристику трудовых функций (содержит функциональную карту вида профессиональной деятельности). Реализуя их, работник выполняет свои профессиональные обязанности. Анализ профессиональных стандартов «Корреспондент СМИ» и «Редактор СМИ» свидетельствует, что реализация практически всех трудовых функций предполагает в качестве необходимых знаний понятие о профессиональной этике. Например, в стандарте «Редактор СМИ» реализация обобщенной трудовой функции 3.1. «Работа над содержанием публикаций СМИ» включает 4 трудовые функции: «Выбор темы публикации / разработка сценариев», «Подготовка к публикации собственных материалов/работа в эфире», «Отбор авторских материалов для публикации», «Редактирование материалов». В функциональной карте каждой из вышеперечисленных трудовых функций в качестве необходимых знаний указана «Профессиональная журналистская этика» [13].

Рассмотрим реализацию обобщенной трудовой функции 3.2. «Организация работы подразделения СМИ», в состав которой входят функции «Разработка концепции проекта», «Планирование и координация деятельности подразделения», «Анализ результатов деятельности подразделения», «Установление и поддержание контактов с внешней средой». Следует уточнить, что реализация обобщенной функции 3.2. предполагает, согласно профессиональному стандарту, работу в качестве «ведущего редактора» и «руководителя подразделения». Выполнение указан-

ных профессиональных обязанностей связано с наличием высшего образования уровня специалитета или магистратуры. В качестве необходимых знаний для успешного осуществления последней функции в стандарте также указана «Профессиональная журналистская этика». Реализация этого требования обусловила наличие во ФГОС-3++ и бакалавров, и магистров компетенций ОПК-5: «способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования» и ОПК-7: «способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности» [14].

В рамках заседания ФУМО «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело», УМС «Журналистика» на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (Москва, 05.02.2018 г.) была представлена примерная ООП (Основная образовательная программа) по направлению 42.03.02 – Журналистика (бакалавриат) в соответствии с требованиями ФГОС ВО-3++. В качестве индикаторов достижения ОПК-7 отмечены следующие аспекты: «знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности» (общий для УГНС). Непосредственно для направления «Журналистика» указывается: «осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста». [15]. При этом индикатор ОПК-5 (ОПК-5.1, общий для УГНС) совмещает в рамках одной позиции политические, экономические, правовые и этические нормы и факторы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях [15]. Подобное смешение столь разных норм и характеристик подготовки будущего журналиста, размытость формулировки «цеховые принципы социальной ответственности» создают, на наш взгляд, определенные трудности в понимании смысла указанных компетенций.

Следует отметить, что важность профессионально-этических аспектов подготовки будущих журналистов подчеркивается наличием профессиональной компетенции (всего 5 ПК-компетенций в данной ОПОП). Формулировка компетенции ПК-5 следующая: «способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта». В качестве индикаторов освоения данной компетенции представлены: ПК-5.1 — соотносит вопросы информационной повестки

дня с общечеловеческими ценностями; ПК-5.2 — определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий; ПК-5.3 — придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта» [15]. Считаем, что, прежде всего, в процессе формирования шкалы оценки данных индикаторов могут возникнуть трудности в понимании критериев следования достаточно сложному понятию «общечеловеческие ценности» в реальной журналистской практике. Несомненно, что формирование структуры профессиональных компетенций ОПОП по направлению «Журналистика» (все профили) требует более четких критериев, уточняющих набор знаний, умений и навыков, имеющих отношение к теоретическим и практическим аспектам профессиональной этики журналиста.

По результатам проведенного исследования были сформулированы следующие выводы. Требования профессионального и образовательного стандартов определяют необходимость включения дисциплин в учебный план подготовки как бакалавров, так и магистров по направлению «Журналистика». Наличие в профессиональных и в образовательных стандартах требований к формированию знаний, умений и навыков в области профессиональной журналистской этики связано как с общемировыми тенденциями и пониманием социальной ответственности журналистики, так и со стремлением академического и профессионального журналистского сообщества преодолеть негативные тенденции, связанные с нарушением этических норм в современном информационном пространстве России.

### Список литературы

- 1. Ломоносов М.В. Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии // Ломоносов М.В. Полное собрание сочинений. Т. 3. М.- Л.: Из-во АН СССР, 1952. С. 217–232.
- 2. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2006. С.19.
- 3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, Изд-во МГУ, 2003. С. 346.
- 4. Кодекс профессиональной этики российского журналиста // Официальный сайт Союза журналистов России [электр. ресурс]. Режим доступа: http://ruj.ru/about\_organization/kodeks-professionalnoy-etikirossiyskogo-zhurnalista/. Дата обращения: 09.03.2018.

- 5. Конституция Российской Федерации / Раздел І. Глава 2. Статья 23 // Официальный сайт «Конституция РФ» [электр. ресурс]. Режим доступа: http://constrf.ru/razdel-1/glava-2/st-23-krf. Дата обращения: 09.03.2018.
- 6. Гражданский кодекс Российской Федерации / Публикация законодательных и правовых актов «Консультант плюс» [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/9c307a0f2164645 c15ca4e3146ff5f6e56060b23/. Дата обращения: 09.03.2018
- 7. Я жду тебя дома: тайная жизнь Джигарханяна и Эвелины после развода / Пусть говорят // Официальный сайт Первого канала [электр. ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/shows/pust-govoryat/vypuski-idramatichnye-momenty/ya-zhdu-tebya-doma-taynaya-zhizn-dzhigarhanyanai-vitaliny-posle-razvoda-pust-govoryat-vypusk-ot-05-03-2018. Дата обращения: 06.03.2018.
- 8. Скандальные ДНК-тесты / Пусть говорят // Официальный сайт Первого канала [электр. ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/shows/pust-govoryat/skandaly-iz-za-otcovstva. Дата обращения: 06.03.2018.
- 9. Тартуская декларация Европейской ассоциации подготовки журналистов (European Journalism Training Association) [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.ejta.eu. Дата обращения: 10.03.2018
- 10. Макарова Л.С. Формирование карт компетенций по направлению «Журналистика» в соответствии с требованиями профессиональных стандартов «Корреспондент средств массовой информации» и «Редактор средств массовой информации» // Журналистика в системе альтернативных источников информации: Сборник материалов научной конференции кафедры журналистики 14 марта 2017 года. Н. Новгород: ННГУ, 2017, С.139—146.
- 11. Макарова Л.С. Сравнительный анализ федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС-3 и ФГОС-3+) по направлению «Журналистика»: к проблеме повышения качества профессионального образования // Знак. Проблемное поле медиаобразования. Научный журнал. -2016.-5 (22). -C.24-29.
- 12. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования. Уровень высшего образования «Бакалавриат». Направление подготовки 42.03.02 Журналистика. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.edu.ru/db/mo/Data/d\_14/m951.pdf. Дата обращения: 09.03.2018.

- 13. Средства массовой информации, издательство и полиграфия [электр. pecypc]. Режим доступа: http://profstandart.ros-mintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-oblastey-i-vidov-professionalnoy-deyatelnosti. Дата обращения: 09.03.2018.
- 14. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования- бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика [электр. ресурс]. Режим доступа: http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/420302\_Gurnal.pdf. Дата обращения: 10.03.2018.
- 15. Материалы Примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (бакалавриат) М., 2018.-16 с.

# Professional and ethical components in the training of future journalists: problems and tendencies

L.S. Makarova, T.E. Novikova
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod limakar@bk.ru; tatyananovikova@yandex.ru

The ethical problems of modern Russian journalism are analyzed. The aim of the research is to reveal the peculiarities of violations of ethical norms in modern Russian media and to show the ways to overcome them through improving the system of training journalists in accordance with the requirements of professional and educational standards. The authors note the need to include ethical disciplines in the curriculum of training bachelors and masters on direction "Journalism" and clarify the content of those competencies that are associated with the formation of knowledge, skills and attitudes related to the professional and ethical aspects of the training of future journalists.

*Key words:* professional journalistic ethics, mass media, modern journalism, journalism education, competencies, professional standards, educational standards.

УДК 070

# Освещение опыта международного сотрудничества в корпоративных СМИ (на примере интернет-портала Gudok.ru)

© 2018 г. М.А. Самоварова
Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского maria-tyazhelova@yandex.ru

В статье анализируются оригинальные материалы транспортного портала Gudok.ru, освещающие опыт международного сотрудничества компании ОАО «РЖД» с иностранными представителями. Особенностями освещения являются тематическое разнообразие, однородная жанровая структура и высокая частота выкладки контента. В то же время на портале в недостаточной степени реализуются возможности интерактивного взаимодействия с аудиторией, что ведет к снижению показателей посещаемости ресурса, несмотря на грамотную работу журналистов.

*Ключевые слова*: корпоративные СМИ, корпоративный интернетпортал, корпоративные сетевые коммуникации.

Медиатизация коммерческих взаимоотношений в контексте глобального международного сотрудничества является важным фактором успеха крупных компаний на мировом рынке.

При этом интернет как средство глобальной коммуникации обладает неоспоримыми преимуществами по сравнению с другими коммуникационными каналами: высокая скорость получения и распространения информации, возможности интерактивного взаимодействия с аудиторией и т.д.

Среди основных источников, с помощью которых осуществляются корпоративные интернет-коммуникации, В.А. Грабельников уделяет особое внимание порталу как интернет-ресурсу, предоставляющему целый комплекс возможностей по реализации информационной стратегии компании, повышению доверия, интерактивному взаимодействию с аудиторией, формированию имиджа, участию в управлении корпоративной репутацией [1].

Информационный транспортный портал Gudok.ru является интернет-проектом АО «Издательский дом «Гудок» и корпоративным сетевым изданием компании ОАО «Российские железные дороги». Портал был зарегистрирован в качестве СМИ в 2011 году. Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-47538 от 30 ноября 2011 года [2].

ОАО «Российские железные дороги» – крупное государственное предприятие, имеющее разветвленную территориально структуру. Организационная структура холдинга «РЖД» в настоящее время включает: 16 территориальных филиалов – железных дорог; 12 представительств за рубежом; 49 функциональных филиалов; 125 дочерних и зависимых обществ и их филиалов. По итогам 2016 года списочная численность работников составила 774 тыс. человек [3].

Компания имеет большое количество представительств за рубежом: в республике Беларусь, в Венгрии, в ФРГ, в Иране, в КНР, в КНДР,

в Республике Польша, в Словацкой Республике, в Украине, в Финляндской республике, в Французской Республике, в Эстонской республике, а также ряд иностранных партнеров. Поэтому представляется целесообразным рассмотреть особенности освещения опыта международного сотрудничества на примере корпоративного сетевого издания ОАО «РЖД».

Интернет-портал Gudok.ru имеет сложную организационную структуру, которая проистекает из множества информационных проектов издательского дома «Гудок», связанных единой точкой доступа.

На сайте содержатся электронные версии газет «Гудок», «Гудок 1520», журнала «Пульт управления», 15 региональных дорожных газет, газеты для пассажиров пригородных поездов «Уважаемые пассажиры».

Оригинальный контент представлен в разделах: «Новости», «Статьи», «Мнения», «Мероприятия», «Пресс-релизы», «Видео».

Новый оригинальный контент публикуется на портале не менее одного раза в час в дневное время, несколько реже в ночные часы и не обновляется в выходные и праздничные дни.

По статистике счетчика посещаемости LiveInternet, среднесуточная аудитория интернет-портала составляет более 4,5 тыс. пользователей (данные за январь-март 2018 г.) При этом мужчины составляют 63,2% аудитории, а женщины – 36,8%. Среднемесячная аудитория за тот же период составила более 112 тыс. человек. Общее число просмотров за февраль – более 350 тыс. со средней глубиной просмотра 2,2 [4].

Эти показатели несколько ниже тех, что обозначены АО «Издательский дом «Гудок». По данным Google Analytics, представленным в Медиаките, портал Gudok.ru имеет ежемесячную аудиторию 550 тыс. уникальных пользователей и более 1 млн. просмотров в месяц со средней глубиной 2,8 [5]. Эти данные были актуальны в июле 2013 года и марте 2014 года. Позднее аудитория ресурса серьезно снизилась.

В целом интернет-портал Gudok.ru представляет собой многоуровневый и многофункциональный ресурс, который не только осуществляет представительство печатных корпоративных СМИ ОАО «РЖД» в сетевом пространстве, но и предоставляет единую точку доступа к ним, а также публикует собственный оригинальный контент.

Эмпирической базой данного исследования стал оригинальный контент портала Gudok.ru, размещенный в разделе «Новости» в период с января по март 2018 года.

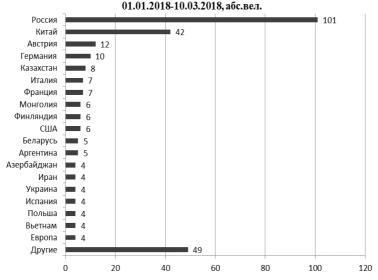
За период с 1 января по 10 марта 2018 года на портале Gudok.ru в разделе «Новости» была выявлена 121 публикация, посвященная вопро-

сам международного взаимодействия компании ОАО «РЖД» и ее подразделений с иностранными представителями, что составляет 13% от общего числа публикаций в данном разделе портала за этот период. Новости на данную тему появлялись с периодичностью от одного до семи раз каждый рабочий день на протяжении всего исследуемого периода.

Субъектами международного сотрудничества с российской компанией ОАО «Российские железные дороги» за этот период стали организации и правительства стран СНГ и Балтии, Западной, Восточной, Северной и Южной Европы, Азии, Африки, Северной и Южной Америки.

Также на портале Gudok.ru освещался опыт международного взаимодействия в железнодорожной отрасли между следующими странами: Китаем, Индией, Монголией, США, Великобританией, Германией, Италией, Испанией, Францией, Польшей, Швецией, Швейцарией, Чехией, Грузией, Словакией, Индонезией, Кореей, Нидерландами и Объединенными арабскими эмиратами, — в которых не принимала участие российская сторона. Количественное соотношение упоминаний субъектов международного сотрудничества приведено в нижеследующей диаграмме.

Диаграмма 1. Количество упоминаний территорий в материалах, отражающих опыт международного сотрудничества, на портале Gudok.ru в период

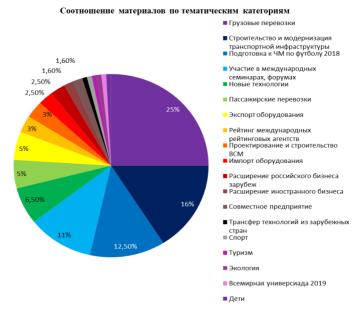


В ходе исследования было выявлено, что с точки зрения количества упоминаний в материалах на портале Gudok.ru лидером международного взаимодействия с российской компанией являются Китай (33 публикации), Австрия (11 публикаций) и Казахстан (7 публикаций).

Все страны, в которых ОАО «РЖД» имеет представительство, упоминаются в контексте взаимодействия с Россией не менее одного раза в разделе «Новости» за указанный период.

В рамках исследования все анализируемые публикации были поделены по 19 тематическим категориям, которые представлены в диаграмме 2.

#### Диаграмма 2.



Материалы тематической категории «Грузовые перевозки» содержали сведения статистического характера об увеличении объемов грузовых перевозок, отправлении юбилейных (тысячных) грузовых поездов международного сообщения, они составили четверть от общего числа публикаций по данной теме.

В категорию «Строительство и модернизация транспортной инфраструктуры» вошли материалы, освещающие проекты строительства новых железнодорожных мостов, железных дорог и т.д.

Подготовка к ЧМ по футболу 2018 года в компании ОАО «РЖД» реализуется в следующих проектах, которые получили отражение на портале: набор временного персонала для приема футбольных болельщиков на вокзалах, организации рейсов дополнительных поездов, прохождение сотрудниками курсов по обеспечению безопасности, международному протоколу и обучению иностранному языку и других.

В категорию «Участие в международных семинарах, форумах» вошли публикации, освещающие работу международного бизнес-форума «Стратегическое партнерство 1520: Центральная Европа», состоявшегося в Вене, российского инвестиционного форума в Сочи, семинара «Развитие логистики как фактор успеха предприятий-импортеров/экспортеров», который состоялся в г. Йоэнсуу (Финляндия).

Категорию «Новые технологии» составили новости о международных соглашениях компании Hyperloop Transportation Technologies, которая разработала прототип сверхскоростного вакуумного поезда, а также новость о новом беспилотном монорельсовом поезде, представленном в Китае и рассчитанном для эксплуатации в 40-градусные морозы.

К категории «Пассажирские перевозки» были отнесены публикации о дополнительных пассажирских поездах, о снижении цен на билеты на международные маршруты, о введении упрощенного визового режима, об остановке пассажирского поезда Москва — Париж из-за сильного снегопада.

В анализируемых публикациях был отражен опыт экспорта оборудования, который компания осуществляет в Аргентину, Армению, Азербайджан, Республику Гвинея.

В категорию «Рейтинг международных рейтинговых агентств» вошли публикации, освещающие повышение рейтинга компании по мнению агентств S&P, Moody's и других.

В отдельную категорию были выделены публикации, освещающие проекты строительства высокоскоростной магистрали между Китаем, Россией и Европой.

Согласно проведенному анализу публикаций на портале, импорт оборудования компания осуществляет из Германии и Казахстана.

Расширение российского бизнеса происходит, в частности, в Аргентине, где ОАО «РЖД» совместно с администрацией по железнодорожной инфраструктуре страны подписали меморандум о взаимопонимании относительно сотрудничества в области развития железнодорожного транспорта Аргентины.

В категорию «Расширение иностранного бизнеса» вошли публикации о приобретении нидерландской компанией испанского перевозчика и другие.

Категорию «Совместное предприятие» составили публикации о создании грузового оператора «ОАО «РЖД» совместно с иранскими компаниями.

Трансфер технологий подразделением компании осуществляется из Германии, в частности, завод «Уральские локомотивы» готов организовать серийное производство скоростных поездов «Сапсан».

Среди публикаций, освещающих опыт международного сотрудничества, были выявлены материалы, в которых уделяется внимание темам экологии, туризма, спорта, детства, предстоящей Всемирной Универсиаде 2019.

Жанровая структура материалов раздела «Новости» портала Gudok.ru представлена информационными материалами, в частности заметками (82% публикаций), отчетами (13% публикаций) и корреспонденциями (7% публикаций). Все анализируемые материалы имеют нейтральную эмоциональную окрашенность.

Исходя из результатов исследования, можно сделать вывод, что особенностями освещения опыта международного сотрудничества на портале Gudok.ru являются тематическое разнообразие, однородная жанровая структура и высокая частота выкладки контента.

В то же время не в полной мере реализуется потенциал интерактивного взаимодействия с аудиторией. Посетители сайта не могут общаться друг с другом и с редакцией. На сайте нет форума или чата, нет диалогового окна, где посетитель мог бы оставить свой вопрос. Возможность комментирования существует не для всех материалов сайта, а только для некоторых оригинальных публикаций портала. Этой возможности также нет для публикаций в разделе «Новости». Таким образом, работе с аудиторией уделяется недостаточное внимание, что не может вести к увеличению числа посетителей Интернет-ресурса.

### Список литературы

- 1. Грабельников В.А. Развитие корпоративных СМИ в новой медиасреде: автореф. дисс... канд. филол. н. M., 2012. 19 с.
- 2. Раскрытие информации // Транспортный портал Gudok.ru [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.gudok.ru/information/. Дата обращения: 11.03.2018.
- 3. Социальный отчет ОАО «РЖД» за 2016 год // Информационный портал ОАО «РЖД» [электр. ресурс]. Режим доступа:

http://www.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE\_ID=5085. — Дата обращения: 11.03.2018.

- 4. Статистика сайта Транспортный портал Gudok.ru // Liveinternet.ru: сервис статистики сайтов [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.liveinternet.ru/stat/gudok.ru/. Дата обращения: 11.03.2018.
- 5. Медиакит портала Gudok.ru // Транспортный портал Gudok.ru [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.gudok.ru/upload/iblock/09d/BlokMkit.pdf. Дата обращения: 11.03.2018.

# Corporate media coverage of experience of international cooperation (on the example of internet portal Gudok.ru)

M.A. Samovarova
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod maria-tyazhelova@yandex.ru

The article analyzes the original items, published on the transport portal Gudok.ru, covering the experience of international cooperation of "Russian Railways" with foreign representatives. Features of this covering are thematic variety, homogeneous genre structure and high frequency content calculations. At the same time, the portal does not sufficiently implement the interactive possibilities, which leads to a decrease in the attendance of the resource, despite of the competent work of journalists.

Key words: corporate media, corporate internet portal, corporate network communication/

УДК 070+2-78

#### Освещение конфессионально-общественных вопросов в нишевых СМИ России

© 2018 г. *И.В. Симонов* Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского isimonov@yandex.ru

В статье анализируются светские средства массовой информации и интернет-ресурсы России, специализирующиеся на освещении конфессионально-общественных тем. Среди них «Независимая газета-Религии», журнал «Наука и религия», информационные агентства «Интерфакс-Религия» и «Благовест-инфо», сайты «Религия и средства массовой информации» (RELIGARE), «Портал Credo.Ru», «Религиополис».

Ключевые слова: религия, конфессии, секуляризм, государственно-конфессиональные отношения, СМИ, религиозно-общественная жизнь, религиозная свобода, Русская Православная Церковь Московского Патриархата, НГ-Религии, Интерфакс-Религия, Наука и религия, Religare, Портал Credo.Ru, Религиополис.

Глобальная тенденция десекуляризации общества и деприватизации религии особенно ярко проявилась в нашей стране, где в 1988-1991 гг. произошел отказ от курса государственного атеизма. Новая религиозно-социальная ситуация вызвала к жизни появление, с одной стороны, религиозно-конфессиональной журналистики и, с другой стороны, светской журналистики, освещающей конфессионально-общественные темы.

Между этими сферами журналистики при понятных содержательных отличиях (для религиозно-конфессиональной журналистики характерна, в противоположность светской, апологетическая и миссионерская позиция; фокусированность, прежде всего, на своей конфессии; наличие «запретных тем» и т.п.) есть различия также по форме основного базирования. Если материалы религиозно-конфессиональной журналистики сосредоточены, главным образом, в специализированных изданиях (органах печати и информации конкретных религиозных организаций), то произведения светской журналистики на религиозные темы, в основном, рассредоточены по различным светским СМИ общественно-политической и культурной тематики, по «новостным» ресурсам. В связи с этим представляют особый интерес те светские средства массовой информации и коммуникации, которые специализируются на освещении религиозно-общественных тем.

Количество таких российских СМИ и Интернет-ресурсов достаточно ограничено: их число не превышает одного десятка. При этом данные СМИ следует рассматривать совместно со СМИ, которые не являются собственно светскими, однако стремятся выглядеть как таковые. Речь идет о СМИ, которые учреждены, финансируются религиозными, конфессиональными организациями либо возглавляются редакторами с ярко выраженной конфессиональной позицией, однако избегают откровенно апологетических и миссионерских публикаций, освещают жизнь всех конфессий, заботятся об объективной форме подачи материала на конфликтные темы, привлекают светских специалистов-религиоведов.

Если говорить о тех СМИ, которых отличает стабильность и профессиональный уровень, то в настоящий момент можно выделить следующие:

- «традиционные» печатные СМИ: газета «НГ-Религии» (приложение к «Независимой газете»), журнал «Наука и религия»;
- новостные интернет-агентства: «Интерфакс-Религия», «Агентство религиозной информации «Благовест-инфо»;
- сетевые ресурсы, функционирующие по законам интернета, а не традиционных средств массовой информации. Они в значительной степени выступают как «агрегаторы» материалов на религиозно-общественные темы: около 70-80% их контента составляют статьи из различных светских и религиозных СМИ (традиционных и сетевых), хотя имеются и собственные постоянные авторы. Небольшое количество оригинального контента не снижает медийного значения данных информационных порталов. Подборка материалов из сторонних источников проводится в соответствии с общественной позицией Интернет-ресурсов. Это сайты «Справочно-информационный портал «Религия и средства массовой информации», «Портал Credo.Ru», «Религиополис».

Единственной российской газетой, специализирующейся на религиозно-общественных темах и, несомненно, ведущим СМИ рассматриваемого типа является приложение к «Независимой газете» — «НГ-Религии». Приложение выходит с перерывами с 1995 года. Основные рубрики газеты: «Вера и общество», «Вера и люди», «История», «Тенденции», «Ракурс» (в этой рубрике обычно освещаются зарубежные и необычные события религиозно-общественной жизни), «Печатное дело» (рецензии на различные книги, касающиеся религиозно-общественных вопросов). Данному авторитетному изданию не раз давал интервью Патриарх Алексий II, современные крупные деятели Русской Православной Церкви Московского Патриархата (РПЦ МП), главы всероссийских мусульманских объединений. Газета отличается высоким качеством подавляющего числа журналистских материалов, отсутствием неточностей и «ляпов», характерных для многих СМИ при освещении религиозных вопросов. Ее статьи постоянно перепечатывают различные сетевые издания.

Ответственный редактор «НГ-Религии» Андрей Мельников подчеркивает, что принцип газеты — это «центризм» и что «в определенном смысле «НГ-Религии» со дня своего основания были отдельным продуктом, связанным не столько идеологически, сколько административно и стилистически с «Независимой газетой» [1]. Тем не менее, содержание издания (имеющего собственный подписной индекс и нумерацию страниц) свидетельствует, что приложение, напротив, связано с «Независимой газетой», прежде всего, именно «идеологически». В нем, несмотря на частую публикацию сторонников разных точек зрения, налицо приверженность либеральной, секулярной идеологии, сепарационной (т.н.

«американской») модели государственно-конфессиональных отношений. В газете постоянно присутствуют критические, хотя и корректные, материалы в отношении РПЦ МП (о программе строительства храмов в Москве «200 храмов», концепции «Русского мира», ситуации вокруг Исаакиевского собора и проч.), однозначно осуждается запрещение Верховным Судом России организации «Свидетелей Иеговы» и т.п.

«Интерфакс-религия» – единственное Агентство агентство религиозной информации России, подразделение информационной группы «Интерфакс». Данный Интернет-ресурс был запущен в 2004 году при поддержке Межрелигиозного совета России. В эту общественную организацию входят объединения, позиционирующие себя как «традиционные религиозные организации» страны: Русская Православная Церковь Московского Патриархата, Совет муфтиев России и Центральное духовное управление мусульман, Конгресс еврейских религиозных организаций и объединений в России (объединяет общины, не принадлежащие к хасидскому течению в иудаизме), Буддийская традиционная Сангха России. В официальной декларации о политике сайта, подписанной его главным редактором Екатериной Трубецкой, отмечается, что данный ресурс придерживается принципа, «согласно которому доля новостей о той или иной религиозной организации должна соответствовать численности ее приверженцев и влиянию в обществе» [2]. В соответствии с данной установкой на сайте мало внимания уделяется религиозным меньшинствам: протестантам, старообрядцам, новым религиозным движениям, нетрадиционным течениям в буддизме, вневероисповедной мистике и т.п. «Интерфакс-Религия» явно проявляет симпатии к РПЦ МП, а из мусульманских организаций – к Центральному духовному управлению мусульман России (Талгат Таджуддин) и возникшему в 2016 году Духовному собранию мусульман России (Альбир Крганов). «Интерфакс-Религия» имеет репутацию провластного ресурса, его оценки воспринимаются государственными служащими как не противоречащие официальной государственной конфессиональной политике.

Уникальным проектом «Интерфакс-Религий», реализованным в 2009 году совместно с Московским государственным лингвистическим университетом, стала еженедельно обновляемая интерактивная карта религиозных общин России, содержащая также сведения о них, которые классифицированы по 12 категориям. В настоящее время карта доступна лишь для платных подписчиков.

Агентство религиозной информации «Благовест-инфо» нельзя отнести к светским СМИ: оно было создано в 1995 году на средства международного католического фонда «Kirche in Not» – «Помощь Церкви в

беде» [3] и входит в состав организации «Благовест-медиа» [4]. Последняя провозглащает в качестве своей миссии «помощь в диалоге Западной и Восточной Церквей через общение и взаимодействие телевизионных каналов и студий, а также электронных СМИ» [5]. Однако «Благовестинфо» делает все, чтобы восприниматься аудиторией как объективное СМИ: оно уделяет внимание не только православию и католицизму, но и другим конфессиям и нехристианским религиям (хотя количество материалов о православии превалирует), заботится о корректной форме подачи материала на конфликтные темы (обычной практикой является размещение публикаций, выражающих противоположные мнения). Сам тон и стилистика публикаций информагентства характерны для светских СМИ. Сильной стороной работы «Благовест-инфо» является методичное освещение зарубежной религиозной жизни, что вряд ли можно сказать об «Интерфакс-Религии». Следует также отметить наличие многочисленных интервью, материалов репортажного характера, обширной фотогалереи и богатого иллюстрирования новостных материалов (последнее не характерно для «Интерфакс-Религии»).

Сайты «Религия и средства массовой информации», «Портал Credo.Ru», сайт «Религиополис», в отличие от «Благовест-инфо» и «Независимой газеты», не практикуют публикации сторонников разных точек зрения на принципиальные религиозно-общественные проблемы, являясь открыто ангажированными ресурсами.

Справочно-информационный интернет-портал «Религия и СМИ», известный также как «RELIGARE» (данное название размещено на всех страницах сайта, название «Религия и СМИ» на страницах отсутствует) создан в 2002 году по инициативе Методического Совета по освещению религиозной тематики в СМИ при Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовой коммуникации и при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. В качестве одной из основных задач портала названо оказание экспертной помощи журналистам, работающим с религиозной тематикой, а также религиоведам, социологам, политологам и чиновникам законодательной и исполнительной властей [6]. Главный редактор портала — известный общественный деятель, первый заместитель председателя Синодального отдела РПЦ МП по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ Александр Щипков.

«Религия и СМИ» занимает манифестированную проправославную и антилиберальную позицию, противостоит оппонентам РПЦ [7], остро критикует конкретных кандидатов в президенты России за антицерковную позицию [8].

«Портал Credo.Ru»» и «Религиополис», напротив, являются ресурсами либерально-оппозиционными и критически относящимися к РПЦ МП.

Портал Credo.Ru (редактор – Александр Солдатов) начал работу в 2002 году. В декларации о принципах работы портала говорится: «Кредо нашего «Портала Credo.Ru» – говорить о религии как «хорошо», так и «плохо», но – главное – всерьез и все... Все о религии – это не значит «всегда нейтрально» [9]. Такая «ненейтральность» в полной мере проявляется в материалах «Credo.Ru». Его редакция резко негативно относится к РПЦ МП, поддерживая при этом различные организации «альтернативного православия»: Российскую Православную Автономную Церковь; часть Русской Православной Церкви заграницей (РПЦЗ), не принявшую Акт о каноническом общении РПЦЗ и РПЦ МП от 2007 года; течения, использующие самоназвание «Истинно Православная Церковь». В 2007-2008 годах «Credo.Ru» активно поддерживал и оказывал информационное содействие выступившему против Московского Патриархата и лично патриарха Алексия II епископу Анадырскому и Чукотскому Диомиду. После воссоединения Крыма и событий в Донбассе «Портал Credo.Ru» поддерживает Украинскую Православную Церковь Киевского Патриархата в ее противостоянии с Украинской Православной Церковью Московского патриархата [10]. В православной блогосфере портал иронически называют «Credo: Вру» [11].

«Религиополис» – последний по времени создания (2010 год) светский стабильный Интернет-ресурс, претендующий на освещение панорамы религиозно-общественной жизни России. Полное название сайта «Религиополис. Центр религиоведческих исследований». В состав редакции действительно входят светские религиоведы, самый авторитетный из которых – профессор кафедры социологии и управления социальными процессами Академии труда и социальных отношений Екатерина Элбакян. На сайте размещена «Энциклопедия религий и религиоведения», религиоведческая библиотека. Однако большая часть материалов сайта и по содержанию, и по стилю носит ярко выраженный публицистический характер. «Религиополис» делает упор на проблемы религиозной свободы, поддержку религиозных меньшинств, критикует РПЦ МП [12], государственно-конфессиональную политику России, лично Президента РФ в связи с религиозными вопросами [13].

Особняком среди светских СМИ, освещающих религиозно-общественные темы, стоит ежемесячный научно-популярный журнал «Наука и религия». Данное издание было создано в 1959 году как главный орган

научно-атеистической пропаганды. Однако в 1970-е годы научно-популярный журнал, в котором публиковалась религиоведческая фактологическая информация и с которым сотрудничали практически все видные советские профессиональные исследователи религии, скорее, утратил роль рупора атеистической пропаганды. Журнал стал для советских читателей источником сравнительно объективных сведений о религиозных вероучениях и организациях, которые рядовому читателю тогда практически неоткуда было более почерпнуть. В период «перестройки» тираж журнала достиг почти миллиона экземпляров [14]. Однако в 1990-е годы журнал, который перешел в частную собственность и стал издаваться компанией ООО «НИР ЛТД», столкнулся, как и все бывшие советские журналы, с финансовыми трудностями и, если можно так выразиться, не выдержал испытания рынком. Он утратил светскость и научность, страницы журнала заполнили материалы о мистических течениях в стиле «new age», астрологии, различной эзотерике и оккультизме, экстрасенсах и парапсихологах, «народных целителях» и т.п. Ряд материалов при этом носил откровенно рекламный характер, подобный выпускам нижегородского «эзотерического телевизионного проекта «Для тех, чья душа не спит» [15]. Однако в 2007 году, с приходом нового редактора Ольги Брушлинской, журнал серьезно изменился, в значительной степени восстановив свой прежний содержательный облик. В настоящее время в качестве постоянных тем журнала его редакция называет «мир религий в прошлом и настоящем, священные и памятные места России и мира, священные тексты и их истолкование, моральные ценности в современных условиях, гипотезы и открытия ученых, духовные смыслы народного искусства и ремесел, методики поддержания физического и духовного здоровья», а также «переход к новой, ответственной по отношению к Земле, экономике; нравственные традиции отечественного предпринимательства» [16]. Журнал стремится поддерживать характер светского научнопопулярного издания и держаться в стороне от освещения острых конфессионально-общественных тем.

В настоящее время уровень популярности «Науки и религии» не сравним с таковым в советское время и во второй половине 1980-х — начале 1990-х годов. Известности издания не способствует то, что даже в отличие от многих литературно-художественных журналов «Наука и религия» не размещает в интернете полные тексты своих статей, ограничиваясь их анонсами.

Таким образом, в течение трех десятков лет, прошедших со времени отказа от политики государственного атеизма, в России сформиро-

вался пул светских и «полусветских» изданий, освещающих конфессионально-общественные темы. Данные издания отчетливо делятся на два лагеря: сторонников нынешней модели государственно-конфессиональных отношений с особым положением РПЦ МП и нескольких других традиционных религий и приверженцев либерально секуляристских взглядов, акцентирующих необходимость широкого религиозного плюрализма, «равенства конфессий», в целом критически относящихся к «Церкви большинства», отличающихся также оппозиционными политическими воззрениями. Такая ситуация отражает положение дел в общественном сознании, в религиозно-общественной жизни постатеистической России.

#### Список литературы

- 1. Ответственный редактор газеты «НГ-Религии» Андрей Мельников: «Наш принцип это уравновешенность...» // Портал «Credo.Ru» [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.portal-credo.ru/site/?act=authority&type=archive&day=&month=&year=&id=1428. Дата обращения: 06.03.2018.
- 2. О сайте // Интерфакс-Религия [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.interfax-religion.ru/?act=site. Дата обращения: 06.03.2018.
- 3. Дмитрий Власов, главный редактор информационного агентства «Благовест-инфо»: религиозные новости наша профессия // Русская народная линия: информационно-аналитическая служба. 05.07.2005 [электр. ресурс]. Режим доступа: http://ruskline.ru/monitoring\_smi/2005/07/05/dmitrij\_vlasov\_glavnyj\_redaktor\_informacion-nogo\_agentstva\_blagovest-info\_religioznye\_novosti\_-\_nasha\_professiya/. Дата обращения: 11.02.2018.
- 4. Благовест-Инфо // Карта СМИ: Рынок масс-медиа сегодня [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.karta-smi.ru/7518. Дата обращения: 12.02.2018.
- 5. О нас // Благовест Медиа-Blagovest Media [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.blagovestmedia.tv/about/. Дата обращения: 03.03.2018.
- 6. Религия и СМИ// Карта СМИ: Рынок масс-медиа сегодня [электр. pecypc]. Режим доступа: http://www.karta-smi.ru/7517. Дата обращения: 04.03.2018.
- 7. А. Щипков: Антицерковные политтехнологические операции вызывали в 2017 году стойкое отторжение большинства граждан // Религия и СМИ. 10.01.2018 [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.religare.ru/2\_114772.html. Дата обращения: 05.03.2018.

- 8. Дмитрий Бабич: Бес-апил Ксении Собчак // Религия и СМИ. 21.02.2018 [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.religare.ru/2\_115109.htm. Дата обращения: 06.03.2018.
- 9. Наше кредо // Портал Credo.Ru [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.portal-credo.ru/site/?act=credo. Дата обращения: 01.03.2018.
- 10. МНЕНИЕ: «То, что сейчас переживает Украина, прямое следствие имплементации идеи «Русского мира» Патриарха Кирилла» // Портал Credo.Ru [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.portalcredo.ru/site/?act=news&id=107772. Дата обращения: 01.02.2018.
- 11. «Кредо.Вру» закрыт, «кредины» пошли по миру // Православие: взгляд из провинции. Журнал Игоря Голикова [электр. ресурс]. Режим доступа: https://consigliere-rpc.livejournal.com/266846.html. Дата обращения: 10.03.2018.
- 12. Церковь в кольце врагов // Религиополис. Центр религиоведческих исследований. 18.08.2017 [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.religiopolis.org/publications/11844-tserkov-v-koltse-vragov.html. Дата обращения: 06.02.2018.
- 13. Иван Симочкин: Плагиат от Pussy Riot // Религиополис. Центр религиоведческих исследований. 11.03.2012 [Электронный ресурс]. URL: http://www.religiopolis.org/publications/4177-plagiat-ot-pussy-riot.html Дата обращения: 10.03.2018.
- 14. Петров А. От Фейербаха до апостола Павла // Независимая газета. 2004. от 06 октября.
- 15. Для тех, чья душа не спит. Эзотерический телевизионный проект [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.dusha-tv.ru/. Дата обращения: 11.03.2018.
- 16. О нас // Наука и религия. [электр. ресурс]. Режим доступа: http://наука-религия.рф. Дата обращения: 01.03.2018.

### Religious-social issues in the «niche» media of Russia

I.V. Simonov

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod isimonov@yandex.ru

The article examines the secular media and Internet-resources of Russia, specializing in covering of religious and social issues. The media are: the newspaper "Nezavisimaya Gazeta-Religii» (Nezavisimaya Gazeta-Religion), the journal "Nauka i Religiya" (Science and Religion), the news agencies "Interfax-Religiya" (Interfax-Religion) and "Blagovest-Info", the websites

"Religiya i SMI" (Religion and Media) or RELIGARE, "Portal Credo.Ru" (Credo.Ru Portal), "Religiopolis".

*Key words*: religion, confessions, secularism, state-confessional relations, media, religious and social life, religious freedom, Russian Orthodoxian Church of the Moscow Patriarchate, NG-Religiya, Interfax-Religiya, Nauka i Religiya, Religare, Portal Credo.Ru, Religiopolis.

УДК 070

# Лингвистический и культурологический комментарии к газетной заметке «Москвы вечерней»

© 2018 г. В.М. Шетэля

Московский педагогический государственный университет szetela@mail.ru

Тексты современных русскоязычных газет содержат наименования, часто иноязычного происхождения, относящиеся к далекому прошлому, требующие лингвистического и культурологического комментария. Такими являются, к примеру, польские по происхождению единицы, называющие различные разновидности оружия начала XVII века. В докладе дается широкий комментарий по описанию таких терминов и реалии, которые могут подтверждать факт интенсивного диалога культур на данном историческом этапе взаимодействия народов.

*Ключевые слова:* заимствование, значение, лексический материал, название, наименование, термин, терминология, этимология.

Тексты современных газет по случаю значимых в истории дат содержат статьи, в которых неоднократного употребляются термины иноязычного происхождения.

Так, газета «Москва Вечерняя» № 107 (594) от 2 ноября 1017 года содержит статью о событиях трехсотлетней давности — об интервенции польско-литовских войска на Московские земли в период так называемого Смутного времени.

Внимание привлекает иллюстрация польского крылатого гусара начала XVII века и тексты комментариев к нему, в которых описано снаряжение всадника.

Вполне понятно, что лексический материал, часто польского происхождения, обладает определенным агноматическим (скрытым) характером, что может создать трудность в восприятии текста [1]. Важно раскрытие прямого понимания термина, который вошел в польскую языковую культуру и отражает определенные традиции польского народа в его истории.

Итак, в газете читаем следующее: «Обычно у луки седла были приторочены ольстеры («кобуры») с одним или двумя пистолетами. Также на вооружении гусара мог находиться короткий мушкет — бандолет» [2].

Раньше в русских текстах слово «ольстер» не употреблялось. Это слово даже не было употреблено в переводе на русский язык исторической «Трилогии» Г. Сенкевича. Переводчик перевел ольстер – olster как «кобура», не употребляя этого латинского по происхождению польского слова. Ср. подлинный текст и его перевод на русский язык: «Dla ostrożności wyciągnęła obie krócice z olster» [3] и «Она вытащила из кобуры оба пистолета» [4]. Как видим, слово «ольстер» переводится как «кобура», что отмечено не только здесь, но и в газетной заметке. Интерес вызывает и название пистолета, которое в тексте романа представлено в ласкательной форме. Ср. перевод на русский следующего текста: «własną ręką nabił króciczki do olster przy Basinej kulbace» [5] и «даже пистолеты для Баси собственноручно засунул в седельную кобуру» [6]. У Сенкевича «krócica», если говорить по-простому, это тот же обрез. По удобству применения и короткости дула называют его еще «пистолетом путешественника». Представлял он собой огнестрельный откатный кремневой или пистонный пистолет с несколькими короткими гладкими стволами. Он не был на вооружении всадника. Тем не менее, упоминание о нем в романе тоже требовало от нас определенного комментария. Отметим как важное, что текст современной нам газеты впервые употребляет в русском языке название «ольстер», а не употребляет слова «krócica».

Слово «бандолет», упомянутое в газетной заметке в значении «мушкет», по А. Брюкнеру, произошло от итальянско-французского слова «bandoliera». Слово «бандолет» является краткой формой этого слова в прямом значении — «ремень через плечо, на котором носили винтовочку, оттуда и название самой винтовки» [7].

Произведение Г. Сенкевича и его перевод на русский язык поможет разобраться в значении этого нового для русского языка слова. Встречается это слово в подлинном тексте «Трилогии» Г. Сенкевича в форме «bandelocik» как название оружия с длинным стволом, ср.: «Мат też bandelocik, który zawsze ze sobą wożę, а Baśka dwie krócice» [8]. Слово «bandelocik» переводится как «мушкетик», а слово «krócica», опять же, как пистолет: «У меня мушкетик имеется, у Баськи два пистолета» [9].

Интересный факт, подтверждающий название ремешка (пояска), а косвенно и оружия, находим в газете «Курьер Варшавский», которая

напечатала в № 117 за 1859 год объявление об утере 26 апреля на улице Наливки «банделетика» ("bandelocik djamentowy"), т.е. усеянного алмазами пояска [ebuw.uw.edu.pl].

В польскую языковую культуру прочно вошли слова, упомянутые в газете, среди них и слово «карабеля» (здесь «корабеля» и «корабелка»): «Обычно на вооружении гусара стояли длинные сабли польского типа, называемые также «корабелями» или «корабелками» [10].

Этот вид холодного оружия, по-польски «karabela», отмечен в русских словарях иностранных слов: карабеля (польск. karabela) — «плоская сабля с кривым клинком, прежде носившаяся польскими дворянами» [11]. Данное слово часто встречается в произведениях русских авторов, например: «Там были портреты св. Казимира, покровителя Литвы, знаменитой довудцы графини Эмилии Плятер, графа Понятовского, ... Яна Собеского, освободителя Вены, молодцевато опершегося на свою "крабелю"» [12]; «Мелькни у него [шляхтича. — В.Ш.] подозрение о возможности нанесения ему оскорбления, и его правая рука моментально выпустит руку дамы, чтобы ухватиться за рукоять своей верной карабелы» [13].

Вместе с тем интересно употребление в газетной заметке слова «жюпан»: «Кираса ... одевалась поверх толстой стеганой куртки – жюпана» [14].

Слово «жюпан» или «жупан», из польского «żupan» имеет, по утверждению Н.М. Шанского, итальянский и даже арабский источник [15]. Упомянутый выше словарь И.И. Гавкина отмечает два значения этого слова: «польск. — «армяк малороссийских и польских крестьян; // титул славянских вельмож и властителей» [16]. Те же значения отметил словарь А.Н. Чудинова: «1. Род армяка. 2. Почетный титул славянских и владетельных особ» [17]; а словарь Д.Н. Ушакова поясняет: «Род полукафтана, верхняя мужская одежда у поляков и украинцев» [18]. В значении формы одежды слово «жюпан» встречается в газете «Московские ведомости», в которой дается историческая справка: «В 1636 г. Декабря 30 сделано немецкого платья: три жюпана да три пукши» [19]. Слово «жупан» встречается в самых разнообразных по жанру текстах, например: «Взвесь и мозг в нем, и жупан, То в болване и кармане Ты найдешь пустой обман» [20]. Более подробно о развитии семантики слова «жюпан» можно прочитать в монографии «Лексика XIX — XX вв.» [21].

Отметим, что даже одно слово из газетной строки современного автора может составить содержание лингвистического и культурологического комментария. Данные единицы вызывают интерес как факт меж-

культурной коммуникации, которая проявляется в их семантике, развитии значения на почве русского языка, а также в способах употребления в языке-источнике. Этимологический анализ вместе с тем поясняет и раскрывает «истинное значение», т.е. раскрывает происхождение подобных единиц, определяет важность употребления таких слов для описания исторических событий.

#### Список литературы

- 1. Морковкин В.В., Морковкина А.В. Русские агнонимы (слова, которые мы не знаем). М.: ИРЯ им. В.В. Виноградова, 1997. 414 с.
- 2.Зернаков А., Стогова Е. Польский крылатый гусар (начало XVII века) // Москва Вечерняя. -20017. -№ 107 (594). от 2 ноября. С. 9.
- 3. Sienkiewicz H. Pan Wołodyjowski. Powieść. Warszawa, 1960. S. 442.
  - 4. Сенкевич Г. Пан Володыевский. Роман. Москва, 2011. С. 363.
- 5. Sienkiewicz H. Pan Wołodyjowski. Powieść. Warszawa, 1960. S. 413.
  - 6. Сенкевич Г. Пан Володыевский. Роман. Москва, 2011. С. 341.
- 7. Brückner A. Słownik etymologiczny języka polskiego. Wyd. 3. Warszawa, 1974; Wyd. 8. Warszawa, 1998. S. 14.
- 8. Sienkiewicz H. Pan Wołodyjowski. Powieść. Warszawa, 1960. S. 59.
  - 9. Сенкевич Г. Пан Володыевский. Роман. Москва, 2011. С. 49.
- 10. Зернаков А., Стогова Е. Польский крылатый гусар (начало XVII века) // Москва Вечерняя. 2017. № 107 (594). от 2 ноября. С. 9.
- 11. Гавкин И.И. Краткий словарь иностранных слов. 60-ое изд. СПб. К., Харьков, 1912. С. 242.
- 12. Крестовский В.В. Кровавый пуф: Роман в 2-х книгах. Кн. 1. М.: Современный писатель, 1995. C. 73.
- 13. Цорн А. Грамматика танцевального искусства, хореографии с хореографическим атласом и отдельным сборником нот. Одесса, 1890. С. 283.
- 14. Зернаков А., Стогова Е. Польский крылатый гусар (начало XVII века) // Москва Вечерняя. 2017. № 107 (594). от 2 ноября. С. 9.
- 15. Шанский Н.М., Иванов В.В., Шанская Т.В. Краткий этимологический словарь русского языка. М., 1975. С. 149.
- 16. Гавкин И.И. Краткий словарь иностранных слов. 60-ое изд. СПб. К., Харьков, 1912. С. 198.

- 17. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / Под ред. А.Н. Чудинова. СПб., 1894. С. 330.
- 18. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. Т. 1 М., 1935. С. 879.
  - 19. Московские ведомости 1847. № 148. от 11 декабря. С.1.
- 20. Грибоедов А.С., Вяземский П.А. Кто брат, кто сестра, или Обман за обманом // Русский водевиль. М.: Эскимо, 2008. С. 131.
- 21. Лексика русского литературного языка XIX начала XX века. М.: Наука, 1981. С. 82.

# Linguistic and cultural comments to the newspaper article "Evening Moscow"

W. Szetela
Moscow Pedagogical State University
szetela@mail.ru

The texts of modern Russian-language Newspapers contain names, often of foreign origin, and related to the distant past, requiring cultural review. These are, for example, the Polish origin of the units that name different kinds of weapons in the period of the beginning of XVII century the report provides a broad review the description of the terms and realities that may be a fact of the dialogue of cultures at this point in history.

*Key words:* information agenda, economic program, commercial radio, public radio, political radio station.

#### УДК 070

### Диалог культур в современных отечественных искусствоведческих изданиях

© 2018 г. М.С. Щерова Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского mmnn07@mail.ru

В статье анализируется тема взаимодействия культур разных стран на страницах современных искусствоведческих журналов «Третьяковская галерея» и «Русское искусство», имеющих специальные выпуски, посвященные диалогу культур. В материалах на эту тему рассматривается история искусства, творчество отдельных художников, выставочная деятельность, прослеживается взаимовлияние искусства России и других стран.

 $\mathit{Ключевые\ c.noвa}$ : журнал по искусству, диалог культур, специализированные издания.

Каждое государство обладает определенными культурными традициями, накопленными за долгое время своего существования и развития. Несмотря на то, что художественное наследие стран является уникальным, имеются общие точки пересечения с другими культурами. Наиболее явно это проявляется в сфере искусства, следовательно, искусствоведческие издания напрямую связаны с данной темой.

В системе современных средств массовой информации специализированная периодика с каждым годом упрочивает свое положение, а искусствоведческие журналы занимают в ней особое место. В данной статье мы рассмотрим, как диалог культур раскрывается в двух современных отечественных журналах по искусству — «Третьяковская галерея» и «Русское искусство».

Журнал «Третьяковская галерея» — ежеквартальное иллюстрированное издание, выходит с 2003 года. Основной целью выпуска журнала является публикация материалов по истории и теории искусства, практике современного художественного процесса. Большинство авторов журнала — ведущие сотрудники Третьяковской галереи, главной сокровищницы национального искусства России. Уникальность издания определяется идеей возрождения музейного журнала не на реферативном, а на историко-публицистическом уровне, отвечающем задачам художественного просвещения и эстетической популяризации традиций и открытий отечественного изобразительного искусства [1].

«Третьяковская галерея» отличается от других искусствоведческих изданий тем, что выходит сразу на двух языках: за публикацией на русском языке следует ее перевод на английском языке. В журнале освещаются все основные выставки Третьяковской галереи как в России, так и за рубежом, содержатся материалы о новых поступлениях в галерею, «монографические» исследования об известных картинах и скульптурах. Помимо всего, что напрямую связано с «Третьяковкой», в каждом номере – новости зарубежных музеев и выставочных залов, отчеты об организованных выставках, регулярно публикуются материалы о галерее. Особое внимание уделяется мероприятиям, в которых участвуют произведения российских мастеров [2]. Помимо современности, журнал рассматривает и исторические вехи развития искусства.

Журнал «Третьяковская галерея» представляет собой ценный источник информации для любителей искусства и специалистов, не владе-

ющих русским языком. Кроме того, он является проводником, неким «гидом» по российскому искусству для иностранных граждан. Тем самым издание выполняет важную функцию — благодаря ему отечественные художественные произведения становятся достоянием широкой мировой общественности. Журнал можно приобрести в Третьяковской галерее, есть возможность оформить подписку на него, также каждый номер публикуется на официальном сайте издания.

Взаимодействие искусства разных стран нашло отражение в программе «На перекрестках культур», инициированной создателями журнала. Результаты этого проекта представлены в специальных выпусках, каждый из которых посвящен культурному диалогу России с другими государствами. С 2011 года вышло восемь подобных журналов, в которых читатели могли познакомиться с искусством Китая, Великобритании, Испании, Норвегии, Швейцарии, Италии и Америки (2 выпуска). Изначально эти номера представляли собой перепечатку ранее опубликованных статей, посвященных искусству одной из стран. В таких случаях в содержании указывались выходные данные первоисточника материала. Только отдельные тексты создавались специального для такого выпуска. В дальнейшем принципы формирования номера изменились, теперь в журнале помещаются оригинальные, ранее не публиковавшиеся, материалы.

Важно, что идея создания специальных выпусков поддерживается на государственном уровне: каждый подобный номер открывается обращениями послов других государств в России и отечественных дипломатов, представляющих интересы страны за границей. Каждый из них отмечает необходимость укрепления культурных связей разных государств.

Выбор страны, искусство которой представляется в специальных номерах, как правило, определяется перекрестным годом культур. Например, в 2016 году действовала программа Года языка и литературы Великобритании в России, и тогда же вышел специальный выпуск, посвященный британско-российским отношениям в области искусства. Еще одним поводом тематических публикаций становятся юбилейные даты. Так, в 2013 году отмечался 150-летний юбилей всемирно известного норвежского художника Эдварда Мунка, тогда же был выпущен журнал, связанный с Норвегией.

Анализ тематических особенностей специальных номеров показал, что одной из основных тем, представленных в журналах, является выставочная деятельность, часто связанная с культурным обменом. Например, был организован уникальный выставочный проект, в рамках

которого шедевры русского изобразительного искусства были представлены в Национальной портретной галерее в Лондоне, а лучшие образцы британского искусства – в Государственной Третьяковской галерее. Этот проект был отражен в специальном, богато иллюстрированном выпуске, посвященном Великобритании.

Часто выставки становятся поводом к созданию публикаций, посвященных биографии и творчеству художника в целом. Например, благодаря выставке произведений Марианны Веревкиной, проводимой в Третьяковской галерее, стало возможным появление биографического очерка о ней с включением выдержек из дневников художника [3].

Иногда творческие биографии художников свидетельствуют о тесных культурных связях между разными странами. И это тоже отражается в журналах. В качестве примера можно привести следующие материалы: «Александр Головин и Испания» [4], «Пикассо и Россия» [5], «Испанские новеллы Таира Салахова» [6], «"Успех редкостно огромный..." Америка в жизни Бакста» [7], «Итальянское путешествие Федора Матвеева» [8] и другие.

Все материалы в журналах сопровождаются репродукциями тех художественных произведений, которые представлены в тексте. Иллюстрации к материалам на русском и английском языках не дублируют друг друга, при этом подписи к ним даются на двух языках. Особенным стал выпуск, посвященный Китаю и России, так как он был издан не только на русском и английском языках, но и на китайском. Первый номер был русско-английским, второй – русско-китайским.

Еще одним искусствоведческим журналом, который играет определенную роль в налаживании межкультурной коммуникации, является «Русское искусство». Основанный в 1923 году, он был посвящен многим видам искусства (живописи, графике, гравюре, зодчеству, скульптуре, литературе, театру, музыке, танцу, народному творчеству). В 2004 году выпуск издания был возобновлен, при этом его концепция полностью была изменена. Теперь каждый номер критико-публицистического журнала «Русское искусство» посвящен исключительно изобразительному искусству и объединен одной общей темой. «Этот неизменный принцип позволяет подавать материал системно, нанизывая, словно на единый стержень – тему, все многочисленные статьи выпуска. Этот же подход накладывает на редакцию большую ответственность, обязывая держать руку на пульсе и чутко реагировать на то значительное, что происходит в художественной жизни, но, быть может, незаслуженно выпало из ее контекста или с течением времени вовсе оказалось забытым» [9].

Есть разделы, посвященные художникам, коллекционерам, рассматриваются музейные выставки, история художественных коллекций. Живопись изучается в контексте других видов искусств: театра, литературы, кинематографа. В каждом номере присутствуют рецензии на книги по искусству. Журнал распространяется в крупных городах России, а также Украины, Белоруссии и странах Балтии в розницу и по подписке. В розничной продаже его можно найти в Москве, Санкт-Петербурге и в интернет-магазинах.

Журнал выпускается Фондом им. П.М. Третьякова, одной из программных установок которого является многолетний издательско-просветительский проект «Диалог культур». Он включает в себя выпуск тематических номеров журнала «Русское искусство», а также организацию художественных выставок и концертных программ, презентацию книг и различных изданий. Все это помогает представителям культурной общественности европейских стран лучше узнать друг друга, выявить точки пересечения гуманитарных интересов, обозначить давние художественные связи, понять, в конечном итоге, что сближение не только возможно – оно предопределено исторически [10].

Начиная с 2005 года, в журнале освещаются культурные традиции таких стран, как Швейцария, Германия, Франция, Италия, Грузия, Греция и Португалия. В каждом выпуске делается акцент на аспекты, объединяющие культуры разных стран. Так, ведущий научный сотрудник Третьяковской галереи Галина Чурак в материале «Португальский натурализм и русский реализм» провела сравнительный анализ двух национальных школ живописи [11]. А в «итальянском» номере целый ряд публикаций посвящен влиянию искусства Италии на развитие русской культуры: «Италия – родина русской души» [12], «Итальянский обер-архитектор при русском дворе» [13], «Образы Италии в русском саду» [14].

Отдельные номера связаны с перекрестным годом культур, как и выпуски «Третьяковской галереи». Например, выход давно планировавшегося номера журнала «Русское искусство», связанного с Францией, решили приурочить к Году Франции в России. Вступительные статьи министров иностранных дел и послов обеих стран знакомят читателей с событиями, которые были намечены на 2009 год.

Целью подобных номеров стало не только сохранение культурных связей, но и просвещение читателей, так как редакция старалась помещать в каждый выпуск сведения о неизвестных или малоизвестных художественных произведениях, фактах из биографий известных художников, а также информацию о незаслуженно забытых мастерах. Часто эти

сведения были представлены в широком контексте для удобства читателей. Например, в публикации «Русские художники в Швейцарии: от Матвеева до Бенуа ди Стетто» [15] собран материал об отечественных художниках, которые в разное время и по разнообразным причинам жили и работали в Швейцарии.

Некоторые выпуски журналов «Третьяковская галерея» и «Русское искусство» хотя и посвящены искусству одних и тех же стран, но предлагают читателям свой особый взгляд на многообразие художественной жизни за рубежом. Таким образом, знакомство, например, со Швейцарией, почерпнутое из вышеназванных журналов, позволяет создать наиболее полное представление о швейцарском искусстве.

Выполняя просветительскую функцию, специальные выпуски журналов «Третьяковская галерея» и «Русское искусство», знакомят своего читателя с культурным наследием собственной страны и с зарубежным искусством, а также способствуют созданию и укреплению международных культурных связей.

### Список литературы

- 1. Издатель журнала [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.tg-m.ru/. Дата обращения: 26.02.2018.
- 2. О журнале «Третьяковская галерея» [электр. ресурс]. Режим доступа: http://www.tg-m.ru/. Дата обращения: 26.02.2018.
- 3. Толстая Н. Марианна Веревкина. Женщина и художник // Третьяковская галерея. -2010. -№3. -C.98–109.
- 4. Бирченоф Т. Александр Головин и Испания // Третьяковская галерея. -2015. -№4. -C. 86–105.
- 5. Мишин В. Пикассо и Россия // Третьяковская галерея. 2015. №4. С. 134–145.
- 6. Ильина А. Испанские новеллы Таира Салахова // Третьяковская галерея. -2015. -№4. С. 166–177.
- 7. Теркель Е. Успех редкостно огромный... Америка в жизни Бакста // Третьяковская галерея. -2011. №2. C. 58–75.
- 8. Усачева С. Итальянское путешествие Федора Матвеева // Третьяковская галерея. 2008. N2. C. 28-39.
  - 9. От редактора // Русское искусство. -2016. -№1. С. 2.
  - 10. От редактора // Русское искусство. -2018. -№1. С. 2.
- 11. Чурак Г. Португальский натурализм и русский реализм // Русское искусство. -2018. №1. С. 32—43.
- 12. Семенова Н. Италия родина русской души // Русское искусство. 2011. №2. С. 10—17.

- 13. Мышкина А. Итальянский обер-архитектор при русском дворе // Русское искусство. -2011. -№2. С. 28–37.
- 14. Веселова С. Образы Италии в русском саду // Русское искусство. 2011. N2. С. 130–135.
- 15. Тихонов А. Русские художники в Швейцарии: от Матвеева до Бенуа ди Стетто // Русское искусство. -2005. -№3. С. 8-17.

### The dialogue of cultures in modern art magazines

M.S. Scherova
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod
mmnn07@mail.ru

The article analyses the theme of intercultural dialogue between different cultures in modern art magazines «The Tretyakov gallery magazine» and «Russian Art», having special issues on the dialogue of cultures. Such materials consider the history of art, the creativity of individual artists, exhibition activity, it is possible to trace the mutual influence of the art of Russia and other countries.

Key words: the art magazine, the intercultural dialogue, specialized periodicals.

#### Об авторах

Автаева Наталия Олеговна — кандидат политических наук, доцент кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; zhurnalistnngu@mail.ru.

**Архангельская Ирина Борисовна** — доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; arib@bk.ru.

**Асланова Светлана Вячеславовна** – старший преподаватель кафедры журналистики, руководитель теле- и радиолаборатории Медиацентра Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; snovatorova@mail.ru.

**Баканов Роман Петрович** – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета; rbakanov@yandex.ru.

**Барсукова Алина Владимировна** – аспирант кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; barsukovalina@gmail.com.

**Бейненсон Василиса Александровна** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; beynenson@eduthon.ru.

**Белковский Сергей Васильевич** — кандидат исторических наук, доцент кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; belckovscky@yandex.ru.

**Болдина Ксения Александровна** — кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; olesova@yandex.ru.

**Бузело Анна Сергеевна** – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики и переводческого дела университета «Туран» (Казахстан); a.buzelo@turan-edu.kz.

**Гордеева Елена Юрьевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; Elgord1@yandex.ru.

**Зотов Николай Владимирович** – студент 2 курса магистратуры кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; kolianzot@mail.ru.

**Иванова Елена Олеговна** — аспирант кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; alena.o.ivanova@gmail.com.

**Кедяркин Сергей Николаевич** — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, главный специалист управления общественной политики Министерства внутренней региональной и муниципальной политики Нижегородской области; skedyarkin@yandex.ru.

Коданина Анна Львовна – кандидат политических наук, ассистент кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, заместитель главного редактора газеты «Волго-Невский ПроспектЪ»; kodanina@gmail.com.

**Курманина Татьяна Сергеевна** — аспирант кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; tkurmanina@mail.ru.

**Макарова Людмила Сергеевна** — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; limakar@ bk.ru.

Новикова Татьяна Евгеньевна — кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; tatyananovikova@yandex.ru.

Савинова Ольга Николаевна – доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; 508@bk.ru.

**Самоварова Мария Алексеевна** — старший преподаватель кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; maria-tyazhelova@yandex.ru.

**Свайн Брурос** – профессор факультета журналистики Университета Волда, Норвегия (Норвегия); sb@hivolda.no.

Сидорская Ирина Владимировна — кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета (Беларусь); sidorskay@bsu.by.

**Симонов Игорь Валентинович** — кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; isimonov@yandex.ru.

**Шетэля Виктор Мечиславович** — кандидат филологических наук, доцент кафедры контрастивной лингвистики Института иностранных языков Московского педагогического государственного университета; szetela@mail.ru.

**Щерова Мария Сергеевна** — аспирант кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; mmnn07@mail.ru.

# Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития

Сборник материалов международной научно-практической конференции кафедры журналистики 13 марта 2018 года

Бумага офсетная. Печать офсетная. Формат  $60x84\ 1/16$ . Усл. печ. л. 6,5. Заказ № . Тираж 50 экз.

Отпечатано в типографии Нижегородского госуниверситета им. Н.И. Лобачевского 603000, г. Нижний Новгород, ул. Большая Покровская, 37 Лицензия ПД № 18-0099 от 14.05.01