

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ ЭТНОЛОГИИ И АНТРОПОЛОГИИ
им. Н.Н. МИКЛУХО-МАКЛАЯ

АНТРОПОЛОГИЯ МЕДИА: теория и практика

Москва
2016

ББК 76
УДК 394
А 72

Работа подготовлена в рамках проекта РНФ №14-18 03090
«Измерение рисков межэтнических отношений в регионах
Российской Федерации»

Рук. проекта – академик В.А. Тишков

Рецензенты:

кандидат исторических наук Л.В. Остапенко
кандидат исторических наук В.В. Степанов

А 72 **Антропология** медиа: теория и практика / Под ред.
В.К. Мальковой, В.А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2016. –
302 с.

ISBN 978-5-4211-0160-4

В основу сборника положены работы российских и зарубежных исследователей, озвученные в июле 2015 года на заседаниях одноименной секции XI Конгресса этнографов и антропологов России. Исследования в разных регионах России и в странах ближнего зарубежья показывают не только огромную роль СМИ в формировании идентичностей и в регулировании общественных отношений, но и многообразие актуальных и острых проблем в сфере межэтнического взаимодействия, освещаемых разными каналами массовой информации и обсуждаемых в Интернете.

ББК 76
УДК 394

ISBN 978-5-4211-0160-4

© Институт этнологии и антропологии
РАН, 2016.
© Коллектив авторов, 2016.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	5
Тишков В.А.	
Введение. Медиа поглощает культуру или это часть культуры?	11
Блохин И.Н.	
Коммуникативная совместимость в интеграции Медиапространства	17
Малькова В.К.	
СМИ и современное полиэтничное общество	29
Назаров А.Д.	
Современные тенденции в информационном обеспечении реализации государственной национальной политики Российской Федерации	65
Кан В.С.	
Этническая тема в тувинских СМИ	82
Сидоров О.Г.	
Медиа полиэтничного региона: межэтнический и общественный диалог в якутской прессе	100
Распопова С.Л.	
СМИ Приднестровья: опыт этнокультурного Взаимодействия	118
Гурко А.В.	
О роли средств массовой информации в формировании этнической и национальной идентичности молодёжи (на примере Гродненской области, Республика Беларусь)	133

Малькова В.К.	
Российская пресса о возвращении Крыма	144
Громов Д.В.	
Украинский кризис и бои в Интернете	184
Снежкова И.А.	
Кризис на Украине и информационные войны	207
Каранов Д.П.	
Ингерманландия on-line: конструирование ингерманландской региональной идентичности в Интернете ...	222
Стоянова Г.Н.	
Репрезентация этничности в социальных сетях: конструирование реальности и идентичности на примере Одесской области, Республика Украина	238
Казурова Н.В.	
Берлин – Стамбул: перекресток кинематографических Культур	252
Савинова О.Н.	
СМИ как фактор межкультурного диалога в обществе риска и подготовка журналистских кадров	267
Варганова Е.Л.	
Антропология медиа: индустриальный и философский поворот к человеку. Интерес к человеку как тенденция развития науки	276
Об авторах сборника	300

ПРЕДИСЛОВИЕ

2 июля 2015 г. в Екатеринбурге открылся XI Конгресс антропологов и этнологов России «Контакты и взаимодействие культур». Этот Конгресс – важное для всех обществоведов России научное мероприятие – был организован Ассоциацией антропологов и этнологов России, Институтом этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН, Институтом истории и археологии УрО РАН и Уральским Федеральным университетом им. Б.Н. Ельцина. В работе Конгресса приняли участие около тысячи ученых из России, из так называемого ближнего зарубежья и других стран. Программа и этого, уже одиннадцатого по счету Конгресса, была, как и раньше, разнообразной, и вызвала широкий научный резонанс. На заседаниях работало около 50-ти секций и круглых столов. На них обсуждалось множество актуальных проблем, изучаемых в настоящее время учеными гуманитариями во всем мире. Желающие могут ознакомиться с ними на сайте Оргкомитета Конгресса.

Но мы обратим внимание читателей на Секцию «Антропология медиа», давно уже ставшую традиционной для нашей науки и для этнологических конгрессов. Работа Секции была организована и проходила под руководством академика В.А. Тишкова и д.и.н. В.К. Мальковой. Тематика исследований, связанная с отражением этнических процессов и явлений в средствах массовой информации и во всем информационном пространстве, несомненно, является одной из актуальнейших в любом современном многонациональном сообществе. Влияние СМИ и других информационных технологий на общественную атмосферу, на массовые представления людей, на их самосознание и поведение в поликультурной и поликонфессиональной стране огромно. И роль СМИ, журналистов и всех других авторов, создающих и транслирующих свои материалы через разные каналы массовой информации, в формировании взглядов и поведения людей, в состоянии межэтнической атмосферы в стране трудно переоценить.

В работе Секции приняли участие около 30-ти человек, в том числе – ученые из Белоруссии, Киргизии, Украины, Молдовы, Франции. Были заслушаны 10 научных докладов, в которых обсуждались в основном 2 блока вопросов: этническая деятельность

СМИ (включая интернет и кино) и направления и результаты изучения их деятельности в этнологии, этносоциологии, в политических процессах и в журналистике. Представленные доклады и последующие дискуссии позволили сделать некоторые общие выводы, представляющие интерес для исследователей современных общественных процессов, включая и сферу межэтнической коммуникации. Именно эти доклады и выступления положены в основу данного сборника. Отметим, что понятие «медиа» рассматривается в данном контексте несколько уже, чем в других науках, но и несколько специфичнее. Авторы сборника рассматривают общественную роль разных информационных каналов и технологий в полиэтничных и поликонфессиональных социумах, основываясь на анализе распространяемой с их помощью информации.

Научное исследование этнической деятельности современных традиционных СМИ (главным образом – прессы) идет в России, как и в других странах, в нескольких основных направлениях. Ученые анализируют *формы и способы медийного освещения этнокультурной жизни народов*, особенности отражения межэтнических и межконфессиональных отношений в разных каналах СМИ, направления их деятельности – на взаимодействие и сотрудничество народов или на создание напряженности и разжигание конфликтов в обществе.

Один из интереснейших для науки и важных для практики вопросов касается *способов и форм медийного формирования идентичностей*, роли современных СМИ в консолидации народов России и в формировании (укреплении) общероссийского гражданского сознания. И эти аспекты деятельности СМИ также находятся в центре внимания ученых и других аналитиков. В сложном и многослойном обществе для сохранения межэтнического и межконфессионального мира важно знать – какую информацию, какие информационные приемы и механизмы используют журналисты и СМИ.

Освещение в российской прессе этнополитических и миграционных процессов и ситуаций – также важное направление современных медиа-исследований. В последние годы заметно активизировалось и изучение деятельности, связанной с этнической *интернет информацией*. В разных регионах страны изучается организация интернет-сообществ, созданных по этническому или

конфессиональному признаку, исследуются основные направления их деятельности, рассматривается структура этих сообществ, их цели и их роль в сохранении и мобилизации этничности... Актуальность и научная перспективность данных исследований несомненна для понимания этнокультурных и этнополитических процессов, происходящих в стране и в мире, для гармонизации межэтнических отношений.

Работы, представленные в данном сборнике, можно условно разделить на две группы – теоретико-методологические и научно-практические.

Во вступительной статье академик **В.А. Тишков (Москва)** рассматривает глобальные подходы к феномену медиа в контексте развития современных медиатехнологий и актуальных общественно-политических событий XXI века. **И.Н. Блохин (Санкт-Петербург)** анализирует феномен медиапространства, подходы к его определению, его структурные компоненты и группы его агентов. Он показывает значение журналистики в медиапространстве, рассматривает ее регулятивные и интегративные функции. **В.К. Малькова (Москва)** сосредоточивает внимание на общих проблемах, связанных с ролью и деятельностью традиционных СМИ в современном полиэтничном обществе. На основании выводов многих своих исследований она рассматривает общественные функции современной российской прессы, радио, телевидения, определяет наиболее значимые узлы пересечения СМИ и этничности, способы и формы медийного распространения толерантной и конфликтной этнической информации и анализирует конкретные примеры презентации этничности российскими СМИ. **А.Д. Назаров (Москва)** выделяет один из основных трендов последнего времени, условно обозначив его формулой «вместе-отдельно». По его мнению, новые медиатехнологии помогают людям быть вместе и в то же время отдельно друг от друга, что в целом корреспондирует с реализуемой в России моделью межнациональных отношений. Именно поэтому для укрепления общегражданской идентичности и межнациональной толерантности использование современных электронных средств массовой информации и комплексная информационная кампания были положены в основу реализации Стратегии государственной национальной политики России.

В ряде статей авторы обращаются к материалам, публикуемым в *региональных СМИ нашей страны*. **В.С. Кан (Республика Тува)** анализирует особенности освещения этнической тематики в тувинской прессе и других информационных каналах республики. На основании своих исследований она приходит к заключению, что данное направление их деятельности – это, в первую очередь, освещение этнокультурной жизни народа. И, хотя такая информация способствует формированию этнической идентичности у местного населения, только такой подход порой уводит аудиторию от обсуждения других актуальных общественных проблем. **О.Г. Сидоров (Республика Саха/Якутия)** анализирует прессу Якутии. Он сосредоточил свое внимание на вопросе о том, насколько полно освещается в СМИ сложившийся в республике межэтнический и общественный диалог. Он показывает, как, при разбросанности и малочисленности якутской интеллигенции в 90-х годах XX века связующим звеном для объединения народа саха стала газета «Тускул», активизировавшая пробуждение национального самосознания в республике.

В сборнике представлены *и работы исследователей из соседних стран*. **С.Л. Распопова (Республика Молдова)** на примере Приднестровья представляет опыт этнокультурного взаимодействия, освещаемого в СМИ своего полиэтничного региона. Она выделяет ряд основных тенденций в этом процессе и приходит к выводу, что значительное число теле и радиоканалов и здесь становится не только средством извлечения прибыли, но и средством общественно-политического влияния. **А.В. Гурко (Республика Беларусь)** сконцентрировал внимание на роли СМИ в формировании этнической и национальной идентичности молодежи. Он выявил определённый диссонанс между социальным запросом и отражением в СМИ этнической и национальной проблематики и предложил активнее использовать СМИ в решении проблемы закрепления молодежи на родных землях, в привлечении трудовых ресурсов извне, в создании привлекательных туристических брендов.

Несколько статей, *посвященных интернет-деятельности*, предваряет статья **В.К. Мальковой (Москва)**, основанная на анализе российских СМИ (в основном – прессы) в период возвра-

щения Крыма в Россию и озвученной за этим международной реакцией. Такое расположение предлагается не случайно, так как «украинская тема» продолжается и дальше в ряде работ. В последующих статьях авторы рассматривают обострение отношений между Россией и Украиной и противостояние украинских и российских «идеологических соперников» в традиционных каналах СМИ и в интернете. **Д.В. Громов (Москва)** еще раз показывает, какой мощный всплеск информационной активности и противостояния в интернет-пространстве вызвало присоединение Крыма к России. На примере еще более усилившейся информационной войны он рассматривает новые формы коллективного самовыражения и межгруппового взаимодействия граждан 2-х стран в экстремальной ситуации. Сходным сюжетам посвящена и работа **И.А. Снежковой (Москва)**, проделавшей сравнительное исследование освещения некоторых конкретных общественно-политических событий информационными каналами России и Украины.

Но противостояние разных общественных позиций, групповых и индивидуальных мнений в интернете – далеко не единственная его миссия. Интернет, как новая форма коммуникации, формирует и новое информационное общество, состоящее, в частности, из отдельных социальных сетей, он дает возможность для общения без границ, *стимулирует рост разных типов идентичности* – региональной, локальной, этнической, конфессиональной и т.д. Это показала в своей статье **Г.Н. Стоянова (Республика Украина)** на примере различных этнических групп Одесщины. Идея о том, что появление такой технологии как Интернет произвело социальную революцию, упразднив монополию «традиционных» СМИ на информацию, звучит и в работе **Д.П. Каранова (Санкт-Петербург)**. Он также считает, что актуализация этничности и ее возрождение становятся в условиях развития новых технологий неизбежными. Автор наглядно показывает это на примере анализа конструирования ингерманландской региональной идентичности в Интернете. Эта идентичность, рождённая в середине 2000-х гг. в среде интернет-блогеров, «получила новую жизнь» с помощью интернета.

Исследование кинематографа – еще одна сторона и одна из важнейших стратегий современной антропологии медиа. Современ-

менный кинематограф, как известно, принимает активное участие в нациестроительстве, в формировании идентичностей, в распространении ценностей, установок, норм и моделей поведения. **Н.В. Казурова (Санкт-Петербург)**, посвятившая свою статью этим сюжетам, назвала ее «Берлин – Стамбул: перекресток кинематографических культур». Она показала, как не только страны вступают друг с другом в коммуникацию, в том числе, и посредством участия фильмов в международных фестивалях с их последующим прокатом в кинотеатрах и размещением на веб-порталах, но и какие общественно-политические и морально-нравственные вопросы могут вызвать в обществе «перекрестки приютившегося в Европе мусульманского кино «в изгнании».

Важный вопрос поставлен и *в работах, связанных с подготовкой журналистских кадров*, конструирующих и распространяющих массовую информацию через все информационные каналы. О необходимости усиления этнической компоненты в медиаобразовании, в университетских программах факультетов и кафедр, готовящих будущих журналистов, еще раз напомнила в своей работе **О.Н. Савинова (Нижний Новгород)**. Определяя СМИ как «фактор межкультурного диалога в обществе риска», она обратила внимание на то, что концепты «мультикультурное общество», «межкультурная коммуникация», «толерантность», дихотомия «СМИ и культура» вызывают сегодня всё больше вопросов и являются серьёзным поводом для размышлений о миссии и функциях прессы в современных условиях, о позиции средств массовой информации в сохранении самобытных культур и согласия в трансформирующихся обществах.

Сборник заключает работа **Е.Л. Варгановой (Москва)**, в которой представлены разные подходы к медиаисследованиям в России и за рубежом. Рассматривая особенности становления цифровой медиареальности, автор отмечает не только влияние медиаконтента на формирование идентичностей и ценностей в социумах, но также отмечает и активизацию нового «центра влияния» – аудитории, которая сама меняет медиасреду.

Авторы сборника надеются, что он вызовет интерес специалистов-обществоведов, думающей молодежи и всех, интересующихся не всегда однозначной ролью информационного влияния на общественные процессы в мире.

Валерий Тишков

**ВВЕДЕНИЕ.
МЕДИА ПОГЛОЩАЕТ КУЛЬТУРУ
ИЛИ – ЭТО ЧАСТЬ КУЛЬТУРЫ?**

Если в понятие «медиа» включать такие визуальные формы культуры, как кино и фотография, средства массовой информации (радио, печать, телевидение), киберпространство с его сетевыми сообществами, тогда мы открываем целый домен человеческой культуры, который, конечно, требует своего изучения разными научными дисциплинами, среди которых антропология далеко не на последнем месте. Здесь соединяются и взаимодействуют несколько научных направлений: это прежде всего визуальная антропология, антропология сетевых сообществ, изучение информационных воздействий и форм культурной презентации и коммуникации, а также многие другие поддисциплины и направления. В более узком варианте антропология средств массовой коммуникации, или антропология медиа, – это научное направление в рамках социально-культурной антропологии, которое оформилось в полной мере в последние пару десятилетий. Но его интеллектуальные истоки уходят в прошлое нашей науки, ибо еще во время второй мировой войны американские антропологи начали крупный проект дистанционного изучения культур, и Рут Бенедикт в своей известной книге «Хризантема и меч» анализировала культуру японцев именно через национальный кинематограф.

Затем был период, когда антропологи анализировали «большие культуры» через печать, визуальные образы, радио передачи, но, по большому счету, медиа не рассматривались как феномен культуры *per se*. Пожалуй только с работ выдающегося исследователя медиа и «пророка информационного века», канадского ученого Маршала Маклюэна открывается для гуманитариев эта новая сфера современной культуры, особенно влияние телевидения на человеческое общество¹. Уже после Маклюэна на

¹ Маршалл Маклюэн. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2007.

тему информационного общества появились многочисленные исследования культурологов, философов, социологов. Социально-культурная антропология была в числе пионеров среди других общественных и гуманитарных дисциплин. Еще в 1960 г. Маргарет Мид опубликовала работы о культурных воздействиях в западных обществах, рассматривая СМИ больше как «проблему», а не как неотъемлемый компонент культуры. Только спустя пару десятилетий появляются исследования, которые обращают внимание на СМИ именно как на феномен культуры, который требует своего изучения изнутри, а не как источник примерного цитирования и косвенных наблюдений¹. В 1980–1990-е гг. число публикаций по данной теме уже достигло такого размаха, что стало возможным издание хрестоматий и учебных пособий по антропологии медиа², а само направление обрело статус вузовской дисциплины. В 2004 г. в рамках Европейской ассоциации социальных антропологов оформилась сеть специалистов по антропологии медиа, которая организует регулярные сессии в рамках конгрессов этой влиятельной ассоциации, а также самостоятельные конференции.

Медиаантропология (этот термин появился сравнительно недавно) в тот период все же оставалась частью изучения т.н. традиционных обществ, того, как аборигенные сообщества воспринимают и используют медиа. В 1980-х гг. английский антрополог Даниэл Миллер изучал жизнь на острове Тринидад, населенном потомками бывших африканских рабов и индийских рабочих, привезенных во времена Британской империи для работы на плантациях сахарного тростника. Миллер обнаружил повсеместную увлеченность тринидадцев просмотром американских телесериалов, в которых они как бы видели абсурдность и хаотичность собственной жизни с ее непредсказуемостью и зависимостью от внешних обстоятельств. Аналогичные исследования о

¹ Spitulnik, Debra. Anthropology and mass media. *Annual Review of Anthropology*. 1993. Vol. 22. P. 293–315.

² Askew, Kelly, Richard Wilk. *The Anthropology of Media: A Reader*. Malden: Blackwell Publishers, 2002; Rothenbuhler, Eric, Mihai Coman. *Media Anthropology*. L.: Sade Publications, 2005.

воздействию западной визуальной и образной культуры выполнили многие антропологи в разных обществах Африки и Океании. Тогда в науке была сильна традиция веберовской школы социологии о губительном влиянии массовой культуры на восприятие мира людьми из так называемого третьего мира. Но антропологи пошли дальше, изучая как сами потребители медиа в иных культурах интерпретируют или используют западную продукцию и как потребление медиа вызывает сопротивление и сознательное действие. Этот анализ медиавосприятия стал одним из важных направлений в антропологии медиа.

В этот период началось также изучение кросс-культурного медиапроизводства, распространения и циркуляции медиа, политической и культурной природы самих медиатехнологий. Важное место стали занимать исследования, связанные с использованием западных технологий коренными народами мира для политических целей самоутверждения и культурного возрождения. Канадский визуальный антрополог Асен Баликчи осуществил проект видео фиксации жизни самими коренными жителями, обеспечив видео камерами жителей хантыйского поселка Кызым в СССР в конце 1980-х гг. Западные антропологи работали с австралийскими аборигенами, которые пытались организовать свою телестанцию как альтернативу коммерческому телевидению. По мнению ученых, эти «аборигенные медиа» обеспечивали хотя бы частичный контроль над своими репрезентациями в условиях доминирующей культурной среды и слабой организации собственной общественно-политической жизни.

Со временем мировая антропология стала изучать не только производство и восприятие медиа продукции в традиционных обществах, но социокультурную природу национальных СМИ, а также глобальные медиапотоки, которые исходили главным образом от Запада. «Человек медийный» стал объектом изучения в ситуации, когда глобальные информационные корпорации и киноиндустрия вместе с рекламой стали влиять на ценности, вкусы, моду, воззрения, жизненное поведение. Особый интерес стала вызывать роль медиа в условиях глубоких геополитических трансформаций, вызванных распадом СССР и сопровождавшихся межэтническими конфликтами, включая жестокие войны

на территории бывшей Югославии и СССР. Исследования о конфликтогенной роли газетной продукции и исследования роли СМИ в чеченском конфликте показали огромную предписывающую силу слов, которые могли убивать не меньше, чем пули¹. Ведущая репортаж с танковой брони известная журналистка из СНН Кристиан Аманпур повлияла на исход конфликта в Боснии в пользу местных мусульман не меньше, чем все боевые соединения вооруженных сепаратистов. Именно в 1990-е гг. окончательно выявилось почти решающее влияние на формирование человеческих восприятий и политического поведения именно медийных технологий.

Среди антропологов на второй план стали отходить работы о культурном воздействии национальных киноиндустрий (американского Голливуда, индийского Болливуда, африканского кино, латиноамериканских телесериалов). Интерес стали вызывать «альтернативные медиа», разные низовые инициативы в малых медийных формах, как, например, мусульманские проповеди на кассетах, которые использовались в Иране для совершения религиозной революции, самодельные документальные фильмы «о родине» среди диаспорных сообществ. Во время конфликта в Чечне широкое хождение и сильное эмоциональное воздействие оказывали аудиозаписи «песен протеста», в которых воспевались героизм и трагическая судьба чеченского народа. В ряде стран с регионами вооруженного сепаратизма, которые не контролируются центральными правительствами, стали возникать нелегальные кабельные каналы, радиостанции, которые также изучались антропологами.

Исследователей в России особо интересовала тема, как журналистика воспринимает людей разных национальностей, как объясняет, а иногда и вызывает конфликты, как печатные версии отражают бытовые фобии и верхушечную заданность. В России одним из энтузиастов этой темы является В.К. Малькова², за которой последовали другие этнологи и социологи. Но в нашей стране

¹ Valery Tishkov. *Conflicts Start with Words: Fighting Categories in the Chechen Conflict / Facing Ethnic Conflict: Toward a New Realism*. Ed. By Andreas Wimmer et al. Bowman & Littlefield Publishers. 2004. P. 78-95.

² Малькова В.К. Этнические аспекты журналистики: из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА РАН- ЕС. 2004; Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН.

интерес представляют и так называемые этнические СМИ: это многочисленные газеты, радио и телеканалы, которые создаются и издаются от имени этнических сообществ. Работ по этой теме не так много, но они значимы своими попытками взглянуть изнутри на производство медийной продукции от имени и для определенного этнического сообщества, в том числе и на языках малых групп.

Наконец, новейшее направление медиаантропологии – это исследования интернета или киберантропология, затрагивающая широчайший спектр сюжетов, начиная от браков по интернету, блогов, формирования идентичностей, киберфеминизма, диаспор, виртуальных сообществ и племен. Буквально на наших глазах за последние пару десятилетий печатные СМИ и даже телевидение отходят на второй план по масштабу потребления и степени своего воздействия в сравнении с интернетом. Телевидение сохранило свои позиции в сфере политической мобилизации и формировании глобальных образов страны, ее союзников и врагов, окружающего мира. Два года кризисных событий на Украине фактически поменяли знаки восприятия украинского народа с положительного на отрицательный. Некогда «братский народ» и даже «один народ» стал восприниматься как некое злобное и ненавидящее Россию и русских культурное целое. Предметом ненависти многих россиян стали также американцы и даже европейцы, якобы, утратившие свои ценности и культуру под натиском цивилизационных чужаков-мигрантов. Все это было сделано буквально за пару лет почти ежедневным воздействием через рейтинговые ток-шоу, на которых упрощенные и эмоциональные трактовки происходящего за пределами России намеренно распространялись производителями субъективных предписаний. Этот масштабный поворот в сознании представляет собой явный медиапродукт, у которого есть свои заказчики и производители.

Появился новый феномен, названный «гибридными войнами». Это когда медиа воздействия становятся неотъемлемым

2002; Малькова В.К. Полиэтничная Москва в начале нового тысячелетия. Как видит и показывает ее столичная пресса. М.: ИЭА РАН, 2007; Малькова В.К. Мобилизация этнических сообществ в современной России. По материалам этнических СМИ. М.: ИЭА РАН, 2011 и др.

компонентом геополитических и даже вооруженных противоборств. Анализ феномена был предпринят политологами¹, но социальные антропологи могут проанализировать какие образы и стереотипы на основе культурных и религиозных различий используются участниками этих противостояний.

Пожалуй, наиболее актуальным на сегодняшний день представляется анализ механизмов индоктринации со стороны сторонников разных радикальных идеологий, включая рекрутирование молодых людей в террористическую деятельность. Именно через медиаканалы происходит вербовка сторонников «священных войн» и даже подготовка самих актов и средств уничтожения. В самое последнее время встал вопрос о глобальном контроле через каналы коммуникации (интернет-сети, телефонная связь, коммерческие операции, государственные социальные службы и т.д.) за деятельностью людей, включая их карьерные продвижения, семейную и имущественную ситуацию, времяпрепровождение, пристрастия и т.д. Это совсем новая сфера для изучения и осмысления антропологами в надежде на благо самих людей, а не во вред им.

В заключение следует вспомнить известный афоризм Маклюэна, что «средство коммуникации есть само сообщение» (*Medium is a Message*). Другими словами, медиа утратило свой изначальный смысл как посредника, а стало самостоятельным «агентом» социального пространства. Этот агент не отражает, искажает или поглощает культуру: оно и есть сама культура.

¹ См.: П.А. Цыганков. Гибридная война как предмет теоретической дискуссии / Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. Т. 11. № 2.

**КОММУНИКАТИВНАЯ СОВМЕСТИМОСТЬ
В ИНТЕГРАЦИИ МЕДИАПРОСТРАНСТВА**

Журналистика как социальный институт функционирует в социальном пространстве массовой коммуникации, которое можно определить как медиапространство. Структурой социального пространства являются коммуникативные связи между его агентами и группами, связи, отличающиеся друг от друга плотностью, площадью ареала и интенсивностью взаимодействия.

П.А. Сорокин использовал понятие «социального пространства» в значении системы координат, которые характеризуют положение индивида в обществе¹. Обосновывая медиапространство как социологическую категорию, Е.Н. Юдина отмечает, что оно «представляет собой особую реальность, которая является частью социального пространства и организует социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации»². Исследователь выделяет три формы репрезентации феномена: физическое пространство, пространство социальных отношений и символическое пространство.

И.М. Дзялошинский отмечает концептуальную двойственность понятия, указывая, что оно «используется одновременно в ньютоновском смысле – как некая условная территория, на которой размещается информация и ее носители, и куда время от времени заходят производители и потребители массовой информации; и в лейбницеvском понимании – как система отношений между определенными субъектами по поводу производства, распространения, переработки и потребления массовой информа-

¹ Сорокин П.А. Социальная и культурная мобильность // Человек, цивилизация, общество / Общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонов. Пер. с англ. М.: Политиздат, 1992. С. 297–299.

² Юдина Е.Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения). Автореф. дисс. докт. социол. наук. 22.00.04. М.: МПГУ, 2008. С. 15–16.

ции». И.М. Дзялошинский предлагает понимать медиапространство «как некий виртуальный информационно-коммуникационный универсум с условными границами, создаваемыми участниками медиапроцессов, отношения между которыми и определяют метрику медиапространства»¹. Для исследователя очевиден экологический контекст анализа и вытекающая из него задача по разработке принципов рационального взаимодействия людей с медиапространством. С увеличением и усложнением средств коммуникации происходит соответствующее усложнение структуры и увеличение доли медиапространства в социальном пространстве.

Один из вариантов ответа на вопрос о качестве и типах агентов медиапространства можно обнаружить в концепции социокультурных циклов Абраама Моля². Его подход можно обозначить как системно-кибернетический, а в качестве достижений отметить описание свойств микро- и макросред³. В. М. Березин описывает социокультурный цикл следующим образом: потребности общества – институты власти, социально-политические и экономические структуры (учредители, рекламодатели, акционеры СМИ) – творцы (журналисты, деятели культуры) – издатели, распространители, владельцы каналов распространения сообщений – массовая аудитория⁴. С. И. Шелонаев выделяет следующие группы агентов медиапространства: *творцы* (носители социальных интересов, влияющие на массовое сознание), *журналисты* (реализуют творческие, профессиональные и личные экономические интересы), *владельцы медиа* (реализуют бизнес-интересы), *массовая аудитория* (получает информацию для ориентации в среде существования)⁵. Действия всех агентов согласованы еди-

¹ Дзялошинский И. М. Медиапространство России: экологический аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 3. С. 69.

² Моль А. Социодинамика культуры / Пер. с французского. М.: Прогресс, 1973. С. 210–213.

³ Там же. С. 110–119.

⁴ Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-холдинг, 2003. С. 42.

⁵ Шелонаев С.И. Медиапространство: структура и распределение социального капитала медиа-агентов // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2011. № 4. С. 82.

ной целевой установкой поддержания медиапространства в интегральном состоянии, объединяющем множество субъектов, которые участвуют в производстве информации и вступают в коммуникативные отношения.

Как институциональный субъект журналистика создает в медиапространстве две формы образований. Первая из них – медиасреда, обладающая внутренней структурой и стремящаяся к институционализации. К медиасреде можно отнести, например, относительные устойчивые аудиторные сообщества, возникающие на основе общности информационных интересов и потребностей, или на основе образования, выделяющиеся из институтов политики, экономики, журналистики и др. (реклама, PR, консалтинг и др.), которые утрачивают присущие им сущностные функции. Вторая форма, в продуцировании которой участвует журналистика, – медиасфера, включающая в себя всю совокупность медиа как коммуникативных посредников и создаваемую ими информацию. Подходы к анализу медиасферы можно определить, обратившись к идеям Ю.М. Лотмана и Пьера Бурдьё.

Объектом анализа Ю.М. Лотмана выступает семиотическое пространство («семиосфера»), которая выстраивается как концентрическая система. В ее центре находится «ядро» («мифообразующий механизм») – наиболее очевидные и последовательные структуры, представляющие мир упорядоченным и наделенным смыслом. Периферия семиосферы, напротив, не определена и дезинтегрирована. Граница семиосферы понимается Ю.М. Лотманом как сумма переводчиков-фильтров, обозначающих также тип социальных ролей и обеспечивающих семиотизацию поступающего извне и превращению его в сообщение. Функции границы заключаются в идентификации «другого» (человека, культуры, языка) и концентрации семиотических процессов, которые устремляются в ядерные структуры, чтобы вытеснить их¹.

По сути, концепция Ю.М. Лотмана, представляет собой модель межкультурной коммуникации. Основная функция культуры заключается в структурной организации мира – создании социальной сферы. Функционирование культуры обеспечивается

¹ Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки русской культуры, 1996. С. 296.

ее целостностью и упорядоченностью. Культура пребывает в постоянном диалоге с внешним по отношению к ней пространством, с одной стороны, структурируя его, с другой – приобретая и развивая свою идентичность. Чем больше внешних связей, чем они разнообразнее, тем богаче культура. Культура может быть интерпретирована и как текст, и как (коллективное) сознание, которое является «самого себя читающим текстом». Поддержание жизни культуры обеспечивается постоянным «самочтением» и интерпретацией своего жизненного кода. Поддержание культурной самоидентичности обеспечивается постоянной интерпретацией культурного кода – комплекса необходимой для существования культуры информации, содержащейся в самых разнообразных текстах этой культуры.

В модели отношений, которые формируют медиапространство, сферы образуются как поля реализации функций (на уровне индивидуального поведения – социальных ролей). Функции, в свою очередь, имеют тенденцию упорядочивания и структуризации по отношению к медиасреде и институтам. Совокупность индивидуально порождаемых текстов формируют текст культуры как уникальную сферу, с одной стороны, обнаруживающую стимул к структуризации, с другой – вступающую в коммуникации с текстами других культур.

Пьер Бурдьё рассматривает социальное пространство как совокупность полей, что позволяет объяснить многообразие уникальных сочетаний силовых действий в этих полях¹. Качество медиасферы эти поля приобретают, когда для количественного и качественного изменения сил агенты используют медиа как инструментальных посредников или институционально формируют собственные структуры с их участием. Динамика медиасферы обеспечивается коммуникациями с использованием языка как основного кодового инструмента с тенденцией его структуризации в качестве текста культуры.

Журналистика как социальный институт функционирует как в социальном пространстве, так и в медиапространстве, порождает

¹ Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. М. Институт экспериментальной социологии. СПб.: Алетей, 2007. С. 15–21.

медиафферы, взаимодействует с другими институтами и различными медиасредами. Сущность медиафферы – коммуникация как пространство языка и знака. Социальные институты, общности, индивиды, вступая в опосредованные коммуникации, формируют медиафферы, в совокупности с которыми создают медиапространство. Медиаффера – это культура в коммуникации. Абраам Моль заявлял, что «культура – это, в сущности, огромное множество *сообщений*»¹. Коммуникация – сущностная характеристика культуры. Культура – это система ценностей, выраженных в сообщениях, а ценность – то, чему придается значение, т. е. наименование в языке.

Регулятивные функции журналистики осуществляются в рамках интегративной модели, как с точки зрения профессиональной идеологии обращения к потенциально неограниченной аудитории, так и с технологической позиции использования языка и образа как универсальных инструментов коммуникации. Социальная интеграция осуществляется на различных уровнях – от социализации личности до консолидации сообществ и совокупного глобального социума. В целях интеграции реализуются политические функции журналистики: инструментальная функция управления, автономная функция самоуправления (в условиях гражданского общества), функция контроля (эффективность которой определена условиями общественного доверия к институту журналистики в целом).

Контроль – наиболее естественная и действенная функция журналистики. Типичными формами контроля являются изоляция, обособление и реабилитация. *Изоляция* в журналистике проявляется как отказ от освещения тех или иных событий, явлений, фактов, ситуаций, действующих лиц и т. д.; как игнорирование, вывод их из информационного пространства и, следовательно, из поля общественного мнения, социального обсуждения и дискуссии. Изоляция, таким образом, проявляется двояко: как отказ в доступе к трибунам СМИ и как отказ от собственно выполнения контролирующей функции. *Обособление* в журналистике воспроизводится в формах социальной и политической критики, в том числе медиакритики по отношению к коллегам по профессии и

¹ Моль А. Указ. соч. С. 126.

другим СМИ. *Реабилитация* в журналистике осуществляется путем конструктивного обсуждения проблем через принятие роли оппонента и понимание его ценностей и мотивов поведения.

Для выполнения журналистикой функции самоуправления необходимо ее включение в структуры гражданского общества. Традиция политического анализа предлагает нам порядок сосуществования институтов государства и гражданского общества на основе договорных отношений, единственным и естественным результатом которых становится демократия. В недемократических обществах «асимметрия отношений государства и человека (поданного) приводит к представлению, что полнотой дееспособности и символической значимостью обладает только власть или вышестоящее начальство, тогда как сам человек лишен права голоса, способов выражения своих интересов»¹.

Гражданское общество характеризуется способностями к самоорганизации (включая потенциальную) и саморегулированию. «Договорные» версии гражданского общества объединяет постулат о противопоставлении гражданского общества и государства. Он является источником вывода о существовании гражданского общества в условиях демократических политических режимов. «Регулятивные» версии рассматривают гражданское общество в контексте свободы личности и индивидуального выбора. Становится очевидным противоречие между демократией–1 как способом регулирования интересов (не зависящей от типа политического режима) и демократией–2 как политическим режимом (с разделением властей, выборами и парламентами).

В основе противоречий двух версий гражданского общества лежит отношение к государству и трактовка сущности политической деятельности. «Регулятивные» версии гражданского общества исходят из принципа исторической целесообразности. Согласно этому принципу, гражданское общество проявляет себя только в определенных условиях, когда государство не может или не хочет выполнять свои функции, и тогда гражданское общество берет на себя обязанность социального регулирования, – часто, мобилизации и консолидации. Гражданское общество в подобной трактовке

¹ Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А. Постсоветский человек и гражданское общество. М.: Московская школа политических исследований, 2008. С. 6.

зависит от конкретно-исторических обстоятельств, «уступает» государству, дополняет («восполняет») или создает его.

Гражданское общество может существовать только в рамках регулятивной парадигмы реализации политической деятельности, согласно которой любой «входящий» имеет мнение и это мнение должно учитываться. С другой стороны, отсутствие или малая значимость «повестки дня» (мелкотемье) приводят к умалению гражданского общества, вынужденного либо инициировать (имитировать) политические акции, либо отказываться от гражданской инициативы в пользу государства. В условиях «крепости» института государства гражданское общество функционирует в пространстве отношений, не требующих властного регулирования, часто в пространстве, заданном традицией и ее институтами – семьей, территориальными, соседскими и религиозными общинами.

Журналистика, выполняющая интегративные функции, неизбежно обращается к темам взаимодействия различных культур и сопутствующей ей проблеме толерантности. Это понятие трактуется в диапазоне от терпимости до меры коммуникативной совместимости. Толерантность оказалась подвержена расширительному толкованию не только в культурном, но и в социальном аспекте. Подобная трактовка внедряется в сферу регулирования общественных отношений, где толерантного к себе отношения требуют группы меньшинств, независимо от доминирующего (а поэтому – и интегрирующего общество) блока ценностей, традиций и смыслов социального большинства. Расширение дискурсивного поля толерантности приводит к социальной дезориентации, деформации норм и легитимизации девиаций. Социальные и политические действия, журналистские и, даже просто публичные, высказывания становятся зависимыми от оценки меньшинств – всегда более сплоченных по сравнению с большинством из-за необходимости постоянного укрепления идентичности. Как результат – меньшинства более активны, в том числе и в сфере массовой информации, а большинство замыкается в «спирали молчания», каждый новый виток которой образуется с выходом на авансцену медиа новой группы меньшинства, требующей признания и общественного внимания.

Таким образом, первый раскол в интерпретации толерантности проходит по линии «большинство – меньшинства». Второй

(но, по сути, – не менее важный) раскол – по линии «естественные – искусственные (конструируемые) сообщества». Конструктивизм рассматривает социальность как результат деятельности социальных акторов. Это определяемая, обнаруживаемая субъектом принадлежность к культурной группе (идентичность). Подобные интерпретации демонстрируют неоднозначность понимания природы национального – нации «конструируются» гражданами («гражданские нации») и/или развиваются естественно и представляют собой высшую стадию этнической эволюции. Отмеченное противоречие приводит к выводу, что каждое сообщество может быть понято и осмыслено только в своем собственном ценностно-культурном контексте. Данный контекст является определяющим для социального коммуникативного взаимодействия и, следовательно, общих рецептов и требований для достижения согласия не существует. Попытка перевода национальности в разряд искусственных конструкций содействует нивелированию и других естественных идентичностей – гендерных, расовых, цивилизационных – и превращает их в объект социальной игры.

Разнообразные сообщества формируют сети агентов медиапространства и собственные средства коммуникации. Ярким примером такой деятельности являются этнические СМИ, использующие одновременно несколько языков или даже выходящие не на родном языке¹. Цели подобных СМИ заключаются в этническом культуртрегерстве, регулировании стереотипов и формировании позитивных образов. Определение типа таких СМИ сталкивается с определенными трудностями в силу отмеченного внутреннего противоречия в толковании «национального». В советское время национальная журналистика имела однозначную интерпретацию, сейчас мы вынуждены прибегать к обоснованию контекста, потому что с одной стороны национальные СМИ предназначены этнической группе и используют родной язык, с другой – имеют значение общегосударственных СМИ, рассчитанных на массовую аудиторию. В контексте межкультурной коммуникации возможно использование категории «межэтническая

¹ Шулумба Б.В. Медиапространство как фактор межэтнического взаимодействия (на примере Республики Абхазия). Дис. канд. филол. наук. М., 2015.

журналистика», акцентирующей функционально-коммуникативную сторону профессиональной деятельности.

В каждой культуре существует собственная иерархия и процедура идентификации других сообществ. Схематично эта иерархия представлена «Своими», «Другими» и «Чужими», а процедура идентификации состоит в согласовании ценностей и факторов коммуникативной совместимости. Журналисту как представителю социальной профессии, который вынужден использовать социально-статусные номинации, постоянно приходится участвовать в таком согласовании. Коммуникативная совместимость складывается из совокупности согласований политических, международных, экономических, социальных, культурных, исторических, религиозных, демографических, расово-антропологических, языковых, экологических, психологических и др. актуальных для сообществ характеристик. Совокупность согласований формирует образы «Своих» (совпадение основных характеристик и базовых ценностей), «Других» (несовпадение характеристик, но согласие с базовыми ценностями) и «Чужих» (характеристики могут и совпадать, но согласие в поле ценностей отсутствует). Согласованные (интегральные) образы «Своих», «Других» и «Чужих» состоят из следующих компонентов: расово-антропологического (внешний облик), социально-исторического (оценка событий общей истории и коммуникативных ситуаций), этногеографического (природные особенности и обусловленный ими образ жизни), информационного (актуальная коммуникация) и психологического (национальный характер, менталитет). Эти образы, существующие в медиапространстве, находят свой выход в мир социальной действительности через разнообразные адаптивные практики коммуникативного взаимодействия в диапазоне от конформизма до реакции бунта¹.

Конформизм предполагает согласие с культурными и социальными нормами сообщества большинства и законными средствами их соблюдения и в большей степени поощряется в группах меньшинств, заинтересованных в адаптации. Отечественные исследования, проводившиеся в Алтайском крае, показали, что

¹ Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ, Хранитель. 2006. С. 300–320.

наиболее часто при взаимодействии культур встречаются следующие коммуникативные практики, присущие конформизму: а) подчеркивание общечеловеческих качеств при умалении роли культурных различий; б) выработка позитивного отношения (“позитивного лица”), которое, как правило, проявляется в исключительно вежливом отношении к представителям иной культуры; в) стремление превзойти других в работе и учебе за счет упорного труда и настойчивости; г) самоцензура – сознательное контролирование собственного поведения, скрытие недовольства, которое может накалить обстановку или способствовать разрыву межличностных отношений; д) тщательная подготовка к общению (продумывание собственного вербального и невербального поведения в возможных ситуациях межкультурного общения); е) “зеркальное” поведение – стремление ничем не выделяться: одеваться, вести себя, действовать и говорить, как все окружающие»¹. Противоположная конформизму реакция бунта состоит в отрицании и культурных целей, и социально одобряемых средств их достижения, которые заменяются новыми. Бунт зарождается в условиях дискриминации, и этот процесс может продолжаться длительное время.

В журналистике коммуникативное действие в отношении «Другого» осуществляется на базе ценностного согласия, а в отношении «Чужого» с целью ценностного реформирования. Как ценностное согласие, так и ценностное реформирование строятся на фундаменте целеполагания совместного сосуществования. Таким образом, построение такого общего фундамента преследует выполнение задачи не только консенсуса по поводу совместного сосуществования, но и формулировку согласованных целей дальнейшего совместного развития.

Согласование целей актуализирует проблему понимания. Понять человека и его культуру означает понять его реальность. Понять то реальное, которое образуется путем фильтрации действительного через призму ценностей, мировоззрения, менталитета.

¹ Коротких Ж.А. Межличностные отношения в межкультурном общении: конфликт или толерантность? // Социальные коммуникации: новое в науке, образовании, технологиях. Материалы международной научно-практической конференции. СПб.: Роза мира, 2004. С. 191–192.

В совокупности сферы действительности и реальности придают информации новое качество – знание. Журналистика функционирует одновременно в обозначенных сферах: сбор (отбор) информации о фактах как явлениях действительности совмещается с ее образом (реальностью) путем объяснения, установки на понимание и интерпретации. Журналистика в числе других институтов участвует в формировании общественного сознания, предлагая обществу реальность как образ действительности, формируя «картину мира».

Центральным объектом понимания в процессах коммуникации выступает человек, который проявляется как в непосредственных, так и опосредованных коммуникативных социальных действиях. В качестве элементарной единицы медиапространства выступает именно опосредованное коммуникативное действие. Человек в таком действии выступает как текст, «прочитывается» как текст. Тождество текста и человека обусловлено их общей знаковой природой: бытие человека «закрывается» символами – статусом, произведенным социальным действием, письмом и речью, внешней атрибутикой и пластикой. Свойство опосредованности придает коммуникации более широкий спектр возможностей, не только технологических (например, редактирования фотоизображений или акустических характеристик голоса), но и социальных, в том числе, в форме исполнения не связанных со статусом ролей.

Для участия в обеспечении устойчивости структур медиапространства опосредованное коммуникативное действие должно быть наблюдаемо потенциально неограниченным числом акторов коммуникации. Таким образом, оно приобретает свойство «массовости», которое обеспечивается соответствующей установкой. Установка на взаимопонимание в коммуникативном действии предполагает дифференциацию акторов коммуникации по степени их совместимости/несовместимости. На индивидуальном уровне коммуникативная совместимость (толерантность) формируется на основе оценивания («прочтения») человека как субъекта культуры – носителя ценностей, выраженных в его социальных статусах, совершенных действиях, произведенных им текстах.

Литература

Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-холдинг, 2003.

Бурдьё П. Социология социального пространства / пер. с франц. Отв. ред. перевода Н.А. Шматко. М. Институт экспериментальной социологии. СПб.: Алетейя, 2007.

Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А. Постсоветский человек и гражданское общество. М.: Московская школа политических исследований, 2008.

Дзялошинский И.М. Медиапространство России: экологический аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 3.

Коротких Ж.А. Межличностные отношения в межкультурном общении: конфликт или толерантность? // Социальные коммуникации: новое в науке, образовании, технологиях: Материалы международной научно-практ. конференции. СПб.: Роза мира, 2004.

Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки русской культуры, 1996.

Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М. АСТ: АСТ Москва: Хранитель. 2006.

Моль А. Социодинамика культуры / пер. с французского. М.: Прогресс, 1973.

Сорокин П.А. Социальная и культурная мобильность // Человек, цивилизация, общество / Общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонов: пер. с англ. М.: Политиздат, 1992.

Шелонаев С.И. Медиапространство: структура и распределение социального капитала медиа-агентов // Общество. Среда. Развитие (Тerra Humana). 2011. № 4.

Шулумба Б.В. Медиапространство как фактор межэтнического взаимодействия (на примере Республики Абхазия). Дис. ... канд. филол. наук. М., 2015.

Юдина Е.Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения): Автореф. дис. докт. социол. наук: 22.00.04. М.: МПГУ, 2008.

СМИ И СОВРЕМЕННОЕ ПОЛИЭТНИЧНОЕ ОБЩЕСТВО¹

Пресса, радио, телевидение – традиционные средства массовой информации (СМИ) – одна из важнейших на сегодняшний день форм массовой коммуникации. В настоящее время они играют очень заметную общественную роль, помогая элитам всех стран регулировать общественные отношения. С помощью традиционных СМИ и некоторых новых цифровых средств коммуникации (интернет и другие коммуникационные технологии) создается и передается в общественное пространство текстовая, звуковая и визуальная информация. День за днем разные информационные каналы представляют людям свое видение многообразной картины жизни, рассказывают о странах и народах, живущих в разных уголках мира, об их культурах, обычаях, образе жизни и об их взаимодействии. И потребности самих потребителей в получении информации и в коммуникационных процессах также растут. Именно поэтому СМИ находятся в центре общественного внимания. Их актуальные материалы обсуждаются, копируются и распространяются в массовом сознании, влияя на общественные настроения и общую атмосферу в любом сообществе. И это никак не может остаться без внимания аналитиков, изучающих разные аспекты общественных отношений и массовой коммуникации.

Обзор информации о многочисленных центрах, изучающих в наши дни общественную роль и деятельность СМИ, показывает их довольно широкую географию. В нашей стране – это многочисленные российские университеты (республиканские и областные), прежде всего – журналистские и филологические факультеты и специальные институты при них. Феномен массовой ком-

¹ Работа подготовлена в рамках Проекта РНФ №14-18-03090 «Измерение рисков межэтнических отношений в регионах Российской Федерации: разработка теории и междисциплинарного подхода». Рук. Проекта – академик РАН В. А. Тишков.

муникации (включая производство массовой информации, способы ее презентации и восприятия) активно изучают в таких центрах как: МГУ, СПбГУ, во многих других российских вузах. В университетах, институтах и других высших учебных заведениях не просто готовят квалифицированные кадры для работы на всех информационных каналах, но и проводят немалую исследовательскую работу по разнообразным проблемам массовой коммуникации. Но, кроме университетских, немало исследовательских центров, связанных с изучением деятельности средств массовой коммуникации и информации, ведут работу и в научных институтах других ведомств, прежде всего в институтах РАН (этнологи, социологи, филологи, психологи, культурологи, юристы и др.).

Наиболее актуальные проблемы, которые интересуют в настоящее время всех исследователей в этой области, связаны прежде всего с общими теориями коммуникативных процессов, с информационным противостоянием разных групп и стран, с этическими проблемами деятельности журналистов¹. Отметим, что специалисты разных научных направлений делают свои собственные акценты в изучении общих коммуникативных проблем. Например, журналисты и филологи, наряду с изучением теории массовых коммуникаций и техники подготовки журналистских материалов, наряду с изучением истории отечественных СМИ, рассматривают также и роль самих СМИ в мировых процессах и в разных социальных пространствах², интересуются общими про-

¹ См., например: Сиберт Ф., Шрам У., Петерсон Т. Четыре теории прессы. М., 1998; Лабуш Н.С. Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий. Часть 1. Продолжение политики средствами информационного насилия // Медиаскоп. Электронный научный ж-л ф-та журналистики МГУ. Вып. № 2. 2015 г. <http://www.mediascope.ru/node> и другие работы.

Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.: МГУ, 1999; Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. М., 2002; Малькова В.К. «Не допускается разжигания межнациональной розни...»: Книга об этнической журналистике. Из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА РАН – МБПЧ. 2007. См. также работы Лазутиной Г., Федотовой О.В. Данеляна Н. и др.

² Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 1998; Тузинов А.Р. Масс-медиа: идеология видимая и невидимая // Полис. 2002. № 5; Филиппов

блемами межкультурной коммуникации, взаимодействием и перспективами развития новых и традиционных СМИ¹. Социологи свои первые исследования в 60-х – 70-х годах прошлого века начинали с изучения техники и методики коммуникативных процессов². Этносоциологи, в том числе и в ИЭА РАН, одни из первых в нашей стране в эти же годы сосредоточили свое внимание на этнических и этноконфессиональных аспектах жизни, освещаемых в СМИ разных этнонациональных регионов. В частности, в ИЭ АН СССР (так в советское время назывался Институт этнологии и антропологии РАН) еще на рубеже 60-х и 70-х годов прошлого века впервые в стране было обращено внимание на роль СМИ в формировании массовых представлений и установок людей в сфере межэтнических отношений, в ориентации массового сознания на этническое обособление или на общегражданскую интеграцию³. Первые работы по изучению деятельности ответственных СМИ (особенно прессы) касались освещения двух важных в то время общественных явлений – соотношения в СМИ советских республик феноменов «национального и интернационального» и их конкретного наполнения⁴. Напомним, что в советское время в нашей стране, и в первую очередь в СМИ, официально воспевались идеи интернационализма, и именно интернациональная тематика должна была доминировать в публикациях

С. СМИ как механизм формирования гражданского общества в переходных системах // Власть. 2002. № 8; Право на свободу слова. Роль СМИ в экономическом развитии. Пер. с англ. М.: Весь Мир. 2004 г. и др.

- ¹ Петрунина А.И., Калужский М.Л. Общая ситуация на российском рынке печатных СМИ: тенденции и перспективы развития. <http://www.aup.ru/articles/marketing/46.htm>; Тертычный А.А. Состояние и перспективы развития системы жанров российских СМИ: Теория СМИ и массовой коммуникации // Медиаскоп. Вып. 4. 2010. <http://mediascope.ru/node/675> и др.
- ² Ядов В.А. Социологическое исследование: Методология, программы, методы. М.: Наука, 1972.
- ³ См., например: Социальное и национальное / Ред. Ю. Арутюнян, Л. Дробижева, О. Шкаратан. М.: Наука, 1973; Русские. Этносоциологические очерки. М.: Наука, 1992.
- ⁴ Малькова В.К. Применение контент-анализа для изучения интернационального и национального в республиканской прессе // Статистика в этнографии. М., 1985.

прессы, в радио и телепередачах. Но на практике иногда допускались некоторые перекосы, что и отразили наши тогдашние исследования¹. Бесспорно, деятельность российских СМИ по освещению разных аспектов межэтнических отношений – один из важных и для современного общества вопросов. Этот вопрос актуален и серьезен для всех регионов и стран, где проживают представители разных национальностей и разных конфессий.

Вряд ли можно оспорить утверждение, что межэтническое и межконфессиональное согласие – необходимое условие для любого стабильного демократического общества. Но для сохранения этноконфессионального спокойствия людям важно понять и принять тот факт, что наш мир действительно многомерен и многообразен, что в нем, в разных странах живут представители разных рас, конфессий и национальностей. Человек обычно спокойно и с интересом воспринимает все это многообразие, уважая в рамках закона права и свободу других людей. Это – позитивная модель взаимоотношений людей, народов и стран. И как самая оптимальная, она должна бы пропагандироваться и развиваться и дальше.

Но на формирование поведения, взглядов и представлений людей влияют множество факторов, среди которых, наряду с интересами политиков, крупного бизнеса, военных и других, СМИ – один из важнейших. Освещая реальную жизнь, СМИ непременно распространяют в общественном пространстве важные для заинтересованных групп *нормы, ценности, образы, ориентиры и идеи*. Это относится к разным областям жизни, включая и сферу межэтнических отношений. Таким образом, для общества, и в первую очередь для элит, владеющих и руководящих каналами массовой информации, СМИ – это важный инструмент формирования массового сознания и регулирования общественных отношений. От их гражданской позиции и ответственности в большой мере зависит – будет ли в стране или в регионе межнациональный мир или будет поддерживаться межнациональная напряженность, разжигаться межнациональная и межгосударственная рознь.

¹ Малькова В.К. Образы этносов в республиканских газетах. Опыт этносоциологического исследования. М.: ИЭ АН СССР. 1991.

В идеале демократические СМИ должны способствовать тому, чтобы межэтническое согласие стало обыденной нормой общественного сознания и поведения людей. Однако на практике мы видим, что этническая информация, передаваемая в массовое сознание через современные российские СМИ, по воле идеологов и стоящих за ними политиков или других спонсоров, может быть толерантной, а может быть и конфликтной. То есть, распространяемая через СМИ этническая информация **может способствовать** стабильности и спокойствию в обществе, сплачивая полиэтничное население, но может его и **разъединять**. В настоящее время, как мы можем видеть, это наблюдается во многих уголках России и всего мира. Опасность заключается в том, что СМИ и журналисты (а порой – и политики) нередко используют простые этнокультурные и этнопсихологические особенности людей в своих целях. И это может привести к разрастанию в обществе этнонациональной ненависти, экстремизма и к межэтническим конфликтам. Иными словами, СМИ могут увести массовое сознание от идей равенства всех этносов перед законом – к идеям приоритетов и льгот для одних и ограничений для других, к идеям шовинизма, национал-фашизма и расизма.

После распада СССР сама тематика межкультурного взаимодействия, в том числе и связанного с межэтническим и религиозным разнообразием человечества, быстро захватила представителей разных научных направлений. Внимание этим проблемам стали уделять философы, психологи, историки, филологи, социологи, юристы, а порой – и сами журналисты¹. И исследовательских направлений в этой области появилось немало. В настоящее время среди актуальных исследовательских тем можно выделить следующие: технологические проблемы развития СМИ (включая интернет), их общественная роль в

¹ Овсяян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 – 1990-е гг.). Учебное пособие для вузов / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: МГУ, 1999; Вартанова Е.Л. В треугольнике советского, зарубежного и национального: медиаисследования на пространстве СНГ // Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте. Материалы всероссийской научно-практической конференции 23–24 мая 2013 г. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2013.

разных социумах, этические проблемы деятельности журналистов (в том числе – соблюдение прав человека) и т.д. Но, кроме того, в центре внимания исследователей остается **исследование контента** – самой массовой информации, распространяемой через СМИ. Это – освещение жизни и деятельности разнообразных макро- и микро- сообществ, их взаимодействие и взаимовлияние, создание групповых и индивидуальных образов, брендинг территорий с помощью СМИ и имиджмейкерство, межэтнические и другие конфликты и их урегулирование; освещение проблем массовых миграций, преступность (в том числе этническая), коррупция, терроризм, войны и «горячие точки», а также бизнес, спорт, туризм, реклама и многое другое¹. И большинство этих проблем нередко связано с этническими или конфессиональными особенностями людей.

Одна из важных для современного общества проблем – **толерантная и конфликтная направленность** деятельности СМИ, она привлекает внимание исследователей во всем мире. Это исследовательское направление развивается в настоящее время на стыке многих гуманитарных наук: этнологии, психологии, филологии, юриспруденции, политологии, истории, журналистики и других. Изучение влияния деятельности СМИ на формирование общественного сознания и на состояние межэтнических отношений (включая конфликты) также находится в центре научного внимания. В некоторых полиэтничных странах эти процессы изучались уже с середины прошлого века, например, в США, Великобритании, в Индии и других странах². Но речь в большинстве исследований шла пока лишь о частных (хотя и очень важных) вопросах. Это, в частности: *медийное освещение жизни этнических меньшинств, инокультурных мигрантов и этнических диаспор*.

¹ См.: Малькова В.К. Исследование этнической проблематики в СМИ: Предметообразующие контуры этнополитической журналистики // Междисциплинарные исследования в контексте социально-культурной антропологии. М.: Наука, 2004. С. 154–170; СМИ в современном мире. Петербургские чтения. <http://jf.spbu.ru/conference> и др.

² См.: Медиаскоп. Электронный научный журнал ф-та журналистики МГУ. Масс-медиа зарубежных стран. 2015. Вып. 3, 4. <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/10>.

*пор в различных странах; это формирование с помощью СМИ образов стран, а также образов «Мы» и «Другие»; это конструирование этноисторической мифологии; освещение проблем мультикультурализма и нациестроительства; представленность различных религий в СМИ и их представителей в журналистике; соблюдение журналистами этических норм и политкорректности в публикациях, затрагивающих проблемы меньшинств и межэтнического общения. Следует заметить, что в два последних десятилетия подобные исследования активизировались и в странах Восточной Европы (Сербия, Румыния, Чехия), и в постсоветских республиках (Белоруссия, Молдова, Киргизия, Казахстан)¹. В последние десятилетия, с развитием сети Интернет и активными миграционными процессами, изучение этих сюжетов заметно активизировалось и расширилось. Отдельными направлениями стали рассматриваться *способы формирования этнополитической идентичности (общегражданской и локальной), освещение форм адаптации и интеграции мигрантов в принимающих сообществах, проблема формирования образов стран, новых (диаспорных) этнических сообществ и их новых элит.**

Научное исследование этнической деятельности современных традиционных СМИ (главным образом – прессы и телевидения, а в последние годы – и интернета) идет в России, как и в других странах, в нескольких основных направлениях. Исследователи рассматривают: техническое и социокультурное значение феномена всех медиа каналов для различных этнических сообществ, структуру СМИ в разных регионах и социумах, этноязыковую и

¹ Ротман Д.Г., Провдивец В.В., Полегоско О.А. Особенности функционирования информационного пространства Беларуси в современных условиях: социологический анализ // Медиафера России и Беларуси в условиях современных геополитических трансформаций: Материалы междунар. науч.-практ. конф. Минск: Изд. центр БГУ, 2010; См. также: Мелентьев А.А. Система печатных СМИ Молдовы: исследование медиаситуации в стране и особенности функционирования молдавской прессы. Автореф. дисс. канд. филол. наук. <http://www.dissercat.com/content/sistema-pechatnykh-smi-moldovy-issledovanie-mediasituatsii-v-strane-i-osobennosti-funktsionii>; Деева И.В. Особенности типологии русскоязычных СМИ в Кыргызстане. Автореф. дисс. канд. филол. наук. 2010. <http://www.dissercat.com/content/osobennosti-tipologii-russkoyazychnykh-smi-v-kyrgyzstane> и др.

этнокультурную направленность информации. При этом выделяется ряд важных исследовательских направлений: «Освещение этничности в традиционных СМИ – в прессе, радио и телепередачах»; «Этническая и религиозная деятельность в Интернете»; «Современное кино и этничность»; «Актуальные проблемы этнической журналистики». Разрабатываются также теоретико-методологические подходы к исследованию этнически окрашенных публикаций СМИ, анализируются масштабы, формы и сферы взаимодействия народов и культур, представляемые в центральных и региональных СМИ, изучается толерантное и конфликтное освещение межэтнического, межрелигиозного и межгосударственного взаимодействия в разных каналах региональных и центральных СМИ. В 90-е и нулевые годы в СМИ также активно изучался так называемый «язык вражды»¹. И, если в те годы его выявление в СМИ связывалось в основном с проблемами межэтнических отношений внутри страны, то теперь – еще и с взаимоотношениями России с другими странами. В последние годы стали более активно разрабатываться и технологии конструирования в СМИ образов своего и других этносов, а также образов своих и иных территорий, своих и иных лидеров и героев². Немаловажным остается выявление того, как, с кем и в каких сферах отражают взаимодействие народов центральные и региональные СМИ, каково место и общественная роль этнических и земляческих сообществ (включая Интернет-сообщества) в современном информационном пространстве³. Все эти и другие ракурсы рассмот-

¹ Мониторинг языка вражды в белорусских СМИ. Гражданский форум. <https://civilforum.by/press-not-tolerance>; СМИ Белоруссии: цена братских объятий. <http://inosmi.ru/overview/20150922/230411717.html>; Образ России в мире: анализ зарубежных СМИ // Sputnik Беларусь. <http://sputnik.by/in-fographics/20150611>.

² Замская М.Д. Формирование образа политического лидера современного типа. М., 2005. Автореф. дисс. канд. полит. наук. <http://cheloveknauka.com/formirovanie-obraza-politicheskogo-lidera-sovremennogo-tipa>; Мелконян Н. СМИ как основной механизм актуализации политического имиджа. www.noravank.am/upload/pdf/212_ru.pdf.

³ См., например, исследования о роли интернета: Лученко К.В. Интернет и религиозные коммуникации в России / Медиаскоп. 2008. Вып. 1. <http://www.mediascope.ru/node/32>.

рения деятельности медиаканалов являются важными и актуальными для изучения современного полиэтничного общественного пространства.

В отдельных случаях обществоведов, связанных с проблемами этнических или конфессиональных особенностей населения, в первую очередь интересуют формы и способы медийного освещения этнокультурной жизни народов, их современного, а порой и традиционного образа жизни, фрагменты материальной культуры и другие явления, которые так или иначе окрашены этничностью. Наши исследования показывают незаметные на первый взгляд, но очень значимые для людей различия в освещении их этнополитической и этнокультурной жизни в СМИ разных уровней. Например, если в центральной прессе страны в последние годы такие сюжеты о народах России встречаются нечасто, то СМИ российских республик уделяют этому немалое внимание. При этом, внимание журналистов, а за ними и местных исследователей, сосредоточивается в основном на представителях титульных этносов.

Еще одно из важных направлений исследований – **изучение особенностей освещения в СМИ межэтнических и межконфессиональных отношений**. И в самом деле, для оптимизации социально-культурного развития страны важно знать – на что направляется общественное внимание россиян в разных ее регионах – на взаимодействие и сотрудничество народов или на поддержание напряженности и конфликтности в обществе. Здесь исследователи нередко сосредоточивают свое внимание на этических проблемах деятельности СМИ и журналистов, в частности – на участии их в распространении толерантной или конфликтной информации и на поддержании в обществе мира и согласия или напряженности¹. Наши исследования фиксируют определенные

¹ См., например: Федотова Л. Социальная миссия и социальная ответственность: понятия и эмпирическое наполнение. М., 2013; Роскомнадзор просит СМИ не нагнетать межконфессиональную напряженность. <http://ria.ru/society/20150113/1042406056.html>. 13.01.2015; Малькова В.К. «Не допускается разжигание межнациональной розни...». Книга об... М.: ИЭА РАН – МБПЧ, 2007; Малькова В.К. «Сказанное слово не бывает услышанным»: О языке толерантности и конфликтности в современных СМИ // Мир русского слова. 2002. № 5.

различия и по этому направлению в центральных и региональных СМИ¹. Если в центральной прессе мы видим пристальное внимание журналистов к тревожно-конфликтной информации, то в региональной прессе в последние годы внимание журналистов, а вслед за ними – и исследователей, к конфликтной межэтнической тематике заметно ослабло, хотя и не исчезло совсем.

Один из интереснейших для науки, для журналистской практики и для гражданского согласия в обществе является вопрос о **способах и формах медийного формирования идентичностей** – этнической, региональной, общероссийской. Эта сфера также находится в центре внимания ученых – этнологов, этнополитологов и этнопсихологов. Иными словами, исследователей интересует, какие информационные приемы и механизмы используют журналисты, СМИ и политики для влияния на формирование этнического, регионального и общероссийского самосознания? Какие информационные акценты делаются современными журналистами и другими идеологами в СМИ разных регионов страны? Исследования центральных СМИ показывают и здесь заметное противостояние разных групп российских идеологов, отстаивающих или пророссийские, или либерально-космополитические идеи и взгляды. И не просто отстаивающих свои позиции, а распространяющих их в общественном пространстве и таким образом влияющих на общественное сознание. Что же касается изданий российских регионов, то они в последние годы и даже десятилетия, по данным наших исследований, заметно ослабили свое внимание к общероссийской тематике и концентрируют внимание населения преимущественно на своих местных культурно-бытовых сюжетах. В республиках внимание СМИ заметно смещается с общегражданской тематики на проблемы титульных этносов, на сохранение и развитие их этнокультурных особенностей².

¹ Малькова В.К. «Крым наш» в российском информационном пространстве / Исследования по прикладной и неотложной этнологии. Вып. 243. М.: ИЭА РАН, 2015.

² Камалов А.А. Национальная пресса Дагестана как важный фактор сохранения и развития культур и языков народов республики. Автореф. дисс. канд. филол. наук. М., 2007. <http://www.dslib.net/zhurnalistika>; Валеев Р. Роль электронных СМИ и сети Интернет в этнокультурном развитии народов России. <http://www.kazanfed.ru/publications/kazanfederalist>.

Освещение в прессе этнополитических процессов и ситуаций – также одно из важнейших направлений современных научных медиа исследований. Анализ информации российской прессы выявил определенную динамику в освещении этих сюжетов. В частности, можно отметить умолчание в последние годы или лишь краткие упоминания о сложностях и общественной напряженности в этнополитической обстановке некоторых регионов страны.

Проблемы инокультурной миграции – очень важная тема для российских СМИ. И особенности ее медийного освещения исследователи, конечно же, не могли оставить без внимания. На протяжении уже более чем 2-х десятилетий этому посвящалось множество научных работ. В Институте этнологии и антропологии РАН также проводились многочисленные исследования, связанные с освещением миграционных процессов в СМИ. Результатом этой работы стали многочисленные монографии и статьи, в которых не только отражены особенности массового переселения в Россию мигрантов из зарубежных стран, но и процессы внутренней миграции, а также взаимодействие мигрантов и принимающего сообщества¹. Формирование новых диаспор в разных регионах страны, рост новых этнических элит и активизация их деятельности – еще одно из направлений медиаисследований². И здесь особое внимание исследователи уделяют не только актуальным проблемам миграции, но и этической стороне ее медийного освещения³.

Необходимо отметить и заметные недоработки в деятельности наших СМИ по выполнению средствами массовой информации

¹ См., например: Малькова В.К. Полиэтничная Москва в начале второго тысячелетия. Как видит и показывает ее столичная пресса. М.: ИЭА РАН, 2007; Малькова В.К. Москва – многокультурный мегаполис. М.: ИЭА РАН – ТАСИС, 2004; Молодые москвичи. Кросс-культурное исследование / Под ред. М.Ю. Мартыновой, Н.М. Лебедевой. М., 2008; Малькова В.К., Остапенко Л.В., Субботина И.А. Москва многонациональная. Старожилы и мигранты. Вместе или рядом? // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. М.: ИЭА РАН, 2007.

² Малькова В.К. Мобилизация этнических сообществ в современной России. По материалам этнических СМИ. М.: ИЭА РАН, 2011.

³ Малькова В.К. «Не допускается разжигание...»; Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы / Сост. Ю.В. Казаков. М.: Фонд защиты гласности. 2002.

их общественно важных миссий. В частности, анализ **роли современных СМИ в консолидации народов России** и в формировании общероссийского гражданского сознания показывает, что медийные каналы далеко не полностью используют свой огромный публицистический потенциал. Исследования республиканских изданий последнего времени, например, фиксируют их определенную общественную робость и пассивность, зависимость журналистов от местных властей и их политических (экономических) интересов. Это мешает журналистам самостоятельно ставить и рассматривать важные вопросы о состоянии и развитии местных сообществ, о единстве и общности россиян, о самой России и ее народах, об их общих ценностях, богатствах и общих целях – жить в стабильной и высоко развитой стране. В центральных же СМИ, наоборот, наблюдается большое разнообразие точек зрения на такие понятия как «*патриотизм*», «*любовь к родине*», «*защита ее интересов*», ведутся оживленные дискуссии о судьбе страны.

В последнее время активизировались исследования этнической деятельности, связанной с **интернет-информацией**. Ученые еще раз демонстрируют большое внимание к интернет-сайтам, ориентированным на конкретные этнические аудитории, сюжеты и явления¹. В разных регионах страны изучается организация интернет-сообществ, созданных по этническому или конфессиональному признаку, исследуются основные направления их деятельности, рассматривается структура этих сообществ, их цели и их роль в сохранении и мобилизации этничности. Мы можем отметить актуальность и явную научную перспективность данных исследований для всех общественных наук и для понимания этнокультурных и этнополитических процессов, проходящих в настоящее время в России.

¹ См., например: Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство. Книга первая: Образы российских республик в Интернете. М.: ИЭА РАН, 2009; Валеев Р. Роль электронных СМИ и сети Интернет в этнокультурном развитии народов России <http://www.kazanfed.ru/publications/kazanfederalist/n14-15/8>; Этнические сообщества в социальных сетях. www.hse.ru/data/2012/11/01/1249268541.

Где же конкретно находятся основные узлы **соприкосновения СМИ и этничности**? На основании нашего исследовательского опыта можно выделить несколько основных узлов или точек соприкосновения этничности со средствами массовой информации:

1. **Организация самих «этнических» каналов СМИ и их функционирование.** Здесь речь идет как о центральных, так и о региональных прессе, радио, телевидении. Мы имеем в виду их создание, определение необходимых для полиэтничного населения объемов вещания и самих этноязыковых аспектов информации, проблему этнических журналистских кадров, проблему финансирования каналов и т.д. Важно отметить необходимость разного подхода к каждому каналу СМИ, целенаправленно освещающему проблемы этничности. Например, в России существуют и активно работают **СМИ этнических диаспор и меньшинств**, которые стали активно развиваться в основном в два последних десятилетия. Они активно несут в массовое сознание концентрированную этнокультурную информацию, переходящую порой и в этнополитическую. К сожалению, наши статистические органы не ведут систематизированного учета подобных «этнических» изданий в России. Мы можем опираться лишь на собственные наблюдения по отдельным регионам и на собственную коллекцию примеров таких изданий, собранную нами на семинарах во время встреч с региональными журналистами.

Но, кроме таких, условно названных «этнических каналов СМИ», в этом направлении активно работают и **наднациональные СМИ**, также несущие в массовое сознание хоть и «рассеянную», но все же довольно интенсивную этническую информацию. Именно они, в силу большей распространенности, и требуют в наши дни повышенного внимания общества к их «этнической деятельности».

2. **Аудитория СМИ**, получающая этническую информацию. Для деятельности СМИ, освещающих этнические аспекты общественной жизни, важны такие факторы как этнический состав населения в регионах, количественное соотношение представителей разных этнических групп, их половозрастная и социальная

структура, давность и перспективы их проживания на данной территории, степень их интеграции в принимающее сообщество, их собственные этнокультурные интересы и т.д. Каждый из этих факторов имеет свои особенности в разных регионах России.

3. Важна идеологическая направленность каналов, **личные гражданские позиции и этнополитические ориентации журналистов и других авторов**, освещающих этничность в СМИ и формирующих этноконфликтное или этнотолерантное сознание масс.

4. **Правовые основы и нормы гражданской и этнической журналистики.** Здесь, при наличии ряда нормативных документов – международных и российских, пока еще недостаточно разработаны четкие понятия и реальные механизмы для регулирования толерантной деятельности СМИ и журналистов.

5. И, наконец, один из самых важных узлов соприкосновения этничности и СМИ – **это сам контент, собственно этническая информация**, ее содержание и направленность, а также ее потенциальный эффект. Здесь требует изучения масса проблем, важных для регулирования межэтнических отношений в стране.

Кратко напомним некоторые из них:

- изучение целей, позиций и взглядов федеральных и региональных идеологов на освещение этничности в СМИ;

- изучение разнообразия, направлений, этнорегиональных особенностей и акцентов, этнической проблематики в федеральных, этно-республиканских, областных и других СМИ (рассматривается этнополитическая, этноэкономическая, этнокультурная, этнопсихологическая, этноконфессиональная и др. информация);

- изучение представленности в СМИ разных этносов и их взаимодействия (русский – титульный – меньшинства; этнические мигранты и диаспоры, зарубежные этносы и т.д.);

- изучение формирования и распространения через СМИ этнических стереотипов (образы русских и россиян; образы «титульных» этносов и республик, образы этнических меньшинств, диаспор, образы зарубежных стран и др.);

- изучение толерантной или интолерантной направленности всей этнической информации и поиски методов противостояния ксенофобии, агрессивному национализму и терроризму...

Как видим, узлов соприкосновения СМИ и этничности, а также проблем для научно-практических исследований очень много. И все они очень важны для реального сохранения межэтнического мира в стране.

* * *

Обратимся к самой **этнической информации**. В последние десятилетия через российские и многие мировые СМИ большим потоком в массовое сознание передается так называемая этническая информация. Это, прежде всего, упоминания в публикациях о народах и странах, о национальных или этнических обычаях и ценностях. Это – и безграничное поле этнической политики и межэтнического взаимодействия, это и информация об этнической экономике, о спорте и медицине, педагогике и других сферах общественной жизни. Но, кроме того, этничность в СМИ – это еще и очень трудноуловимые явления, связанные с этнической психологией людей – чувствами, эмоциями, представлениями. Этническая информация – спокойная или гневная, сочувствующая или осуждающая, серьезная или насмешливая может быть позитивной и толерантной, нейтральной или конфликтной, и в зависимости от этого, по-разному влиять на разных людей и на их мировоззрение.

Основными признаками «*этнической информации*» в газете или в передачах радио и ТВ являются упоминания этнонимов и религий, например: *узбекский, татарский, немецкий, английский, русский* или: *мусульманин, православный, иудей, буддист* и т.д. В некоторых случаях условными маркерами этничности могут быть упоминания стран или республик: *Грузия, Белоруссия, Казахстан, Татарстан, Япония, Германия*, а также – употребление слов, связанных с этничностью: *шовинизм, национализм, национал-экстремизм, ксенофобия, национал-фашизм* и др.

Важно подчеркнуть, что этническая информация, передаваемая через прессу, радио, ТВ, а также и публикуемая в интернете, может выполнять очень гуманную, толерантную миссию. Она просвещает людей, информирует их, развлекает, может организовывать на добрые дела, и выполняет еще много других полезных функций. Из этого источника люди узнают много нового не

только о жизни других народов – этносов, но нередко – и о своем собственном. Подобная этническая информация воспитывает у респондентов интерес и уважение к другим народам, к их жизни и достижениям. Позитивная этническая информация о своем собственном народе- этносе также способствует формированию **своего** этнического самосознания, уважительного отношения **к своей** этнической общности, **к своему** этническому или национальному достоинству. И, кроме того, толерантная этническая информация способствует формированию массовых позитивных представлений людей в области межнациональных отношений.

Однако существует много способов и технологий, с помощью которых можно внушить читателю, слушателю, зрителю не только позитивную, но и негативную мысль, идею и с помощью разных журналистских приемов убедить его в этом.

Приведем цитаты из современных газет: *«Мы – великая нация. Мы дали миру великих художников, писателей, артистов!»*. Или еще: *«Наши спортсмены – самые сильные в мире»*. Очевидно, что с помощью подобных идей, систематически и в разных контекстах, повторяемых в массовой печати, можно формировать национальную гордость, национальное самосознание огромной массы реципиентов. Так и делается во многих СМИ разных стран. Но здесь могут быть и перекосы. Это происходит порой и в СМИ некоторых наших российских республик, где людям внушаются идеи об их «этнической особенностях», идеи их отдельного исторического прошлого, поощряются в массовом сознании и связываются именно с этничностью утверждения об их достижениях. В то же время, подобные мифы и идеи в отношении других народов и страны в целом нечасто встречаются в современной региональной прессе.

Есть примеры и того, как с помощью нескольких слов можно затронуть и возбудить национальные чувства людей. Цитируем примеры из газет: *«Нас не уважают другие народы, и мы сами позволяем им вести себя так. Нельзя терпеть это! Мы должны защитить свою национальную честь и достоинство!»*. Данное публичное высказывание, тиражируемое прессой, вполне может намеренно взбудоражить чувства сограждан и даже мобилизовать их на некоторые деструктивные действия. Такие примеры, к сожалению, в современной мировой истории не редки.

СМИ, освещающие этничность, могут не только объединять полиэтничное население, например, с помощью идеи *«мы все – россияне»*, но могут и разъединять его на отдельные этносы, у которых разные цели и интересы, свои ценности, успехи и достижения. Такое разъединение достигается, например, провоцированием массовых этнических обид, делением людей на *своих и чужих*, «задеванием» этнических чувств и достоинства людей.

Обратим внимание, что эти *«не мы»* или *«другие»* могут быть представлены в СМИ тоже неодинаково – как соседи или партнеры, с которыми можно найти точки соприкосновения, а могут быть представлены в образе серьезных конкурентов или врагов. Иногда всего лишь одна публикация или сообщение могут сразу же вызвать нарастание напряженности и враждебности между проживающими вместе представителями разных этнических групп. Поэтому авторам публикаций всегда необходимо осознавать созидательную или разрушительную роль своих выступлений и понимать гражданскую ответственность перед обществом.

К сожалению, исторический опыт показывает, что этничность, передаваемая в разных формах через СМИ, может мобилизовать народ не только на добрые дела. Поднятая или мобилизованная политиками и журналистами этничность, действительно может сплотить представителей одного этноса. Это может происходить, например, на основе защиты национальных ценностей: *родной земли, родной страны, религии и других национальных святынь*. Мобилизованная этничность может возбудить национальное самосознание и на основе конкуренции с *«другими»*, с *«чужими»*, с теми, кто, якобы, пытается отнять *«у нас» «наши»* ценности, задеть *наше* национальное достоинство. Читателю и даже журналисту не всегда просто увидеть и осознать, что специальное, массивное формирование этнического сознания, нагнетание этнических страстей, нередко направлено на распространение у населения установок нетерпимости и призывов – противостоять *«им»* как нашему противнику, защитить нашу ценность, отстоять ее, не отдать. Как известно, это нередко означает: не пустить, прогнать, выселить, убрать *«чужих»*, *«не нас»*, *«этнически других»*, *«не таких, как мы»*. И оправдать себя и свои действия.

Подобные примеры конфликтной этнической журналистики мы фиксировали в 90-х годах в прессе бывших союзных

и некоторых наших российских республик. И в настоящее время мы видим примеры выступлений СМИ, где не только общается, например, о пребывании в регионе инокультурных жителей (в основном – мигрантов), но и распространяются их негативные стереотипы, а порой – и конфликтные этнические идеи. К сожалению, нередко именно СМИ, подталкиваемые политиками, инициируют разъединяющие людей дискриминационные акции. Они создают в регионах этнопсихологическую напряженность, психологически «выдавливая» инокультурных жителей из данной местности. Таковую картину в наши дни можно увидеть в прессе некоторых крупных регионов и городов России.

Один из самых принципиальных вопросов: что считать миролюбивым и толерантным или конфликтным и вредным при освещении в СМИ этнических особенностей нашей жизни? – Ответ на этот вопрос очень непрост, и его в настоящее время пытаются найти исследователи не только в России, но и во всем мире. Конечно, более-менее четкими ориентирами или рамками, в которых должна осуществляться этническая деятельность СМИ, являются известные **международные и отечественные документы о стандартах и нормах поведения** в демократических обществах. Таких документов масса. В нашей стране – это соответствующие статьи Конституции РФ, Гражданского и Уголовного Кодекса РФ, ряд специальных законов о СМИ, о гражданстве РФ, об экстремизме, о языках народов РФ и т.д. Основные рамочные документы по проблемам освещения этничности в СМИ: Кодекс профессиональной этики российского журналиста; Декларация Московской Хартии журналистов; Положения о программе «Чистые перья»; Декларация об основных принципах, касающихся вклада СМИ в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма, апартеида и подстрекательства к войне и др.¹ Кроме того, по аналогии с зарубежными, у нас был в свое время разработан и ряд профессионально-этических кодексов российских

¹ См. подробнее: Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы / Сост. Ю.В. Казаков. М.: ФЗГ, 2002.

журналистов. Документов действительно немало. Но их недостаток – в их декларативности. Это чаще всего только «рамочные» рекомендации, не содержащие конкретных рабочих понятий и определений, например, таких явлений как: *разжигание межнациональной розни, унижение национальной чести и достоинства, национальная исключительность, национал-фашизм, шовинизм, национал-экстремизм* и др.¹

В настоящее время существует много информационных способов и технологий, с помощью которых можно влиять на необходимое коммуникатору восприятие текста. Можно внушить читателю, слушателю, зрителю не только позитивную, но и негативную мысль, идею и убедить его в этом. Иначе говоря, СМИ предоставляют элитам удобную возможность с их помощью манипулировать массовым сознанием и регулировать таким образом общественные отношения. Но и общество должно принимать меры и противостоять подобным процессам. Для этого необходимо их изучать и предупреждать. Ракурсов и аспектов рассмотрения этой актуальной проблемы, связанной с реалиями современной жизни в полиэтничном российском обществе, много. Это противостояние тенденций толерантности и конфликтности в обществе, противодействие экстремизму, агрессивному национализму, фашизму и другим деструктивным явлениям, это защита и отстаивание гражданских прав и прав этнических меньшинств, формирование позитивных или негативных этнических стереотипов меньшинств и большинства, борьба этно-исторических идеологий, освещение в СМИ многочисленных сюжетов, связанных с миграцией населения и т.д. Но одна из наиболее важных проблем – это сохранение самой полиэтничной страны и ее народа, стабильное экономическое и культурное ее развитие, гармоничные, сбалансированные межэтнические и межконфессиональные отношения.

Большая работа ведется в Институте этнологии и антропологии РАН, где в течение уже полувека разрабатываются методологические подходы, проводятся сравнительные этносоциологические

¹ Макеева Л. Правовой анализ нормативной базы по разжиганию национальной, социальной, религиозной нетерпимости или розни // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. М.: НИК, 2002.

исследования центральной и региональной прессы. В институте проводились и совместные исследования с преподавателями журналистики из ряда российских университетов, с Союзом журналистов РФ, с Фондом защиты гласности и Фондом экстремальной журналистики, с Независимым институтом коммуникативистики, с Институтом развития прессы России и др. Кроме того, мы принимаем участие во многих семинарах и встречах для практических журналистов и организаторов журналистики России, для представителей национальных диаспор, издающих свои газеты и др. Помимо этого, в институте по этим проблемам публикуется множество книг, статей, брошюр и других изданий. Мы участвуем в ряде проектов и программ, посвященных изучению разных сторон толерантной и конфликтной деятельности российских СМИ, их роли в сохранении межэтнического мира и спокойствия. Все это направлено в конечном счете на профилактику национал – экстремизма в российском обществе, на формирование установок толерантного сознания у многонационального населения нашей страны.

* * *

Материалы наших исследований российской прессы фиксируют довольно большое и устойчивое внимание как центральных, так и республиканских СМИ к этническим аспектам современной общественной жизни. В процессе исследований мы выявили, например, что в федеральных и столичных изданиях объем публикаций, содержащих этническую информацию, доходит до 15–20% от общего количества публикаций в каждом номере. В республиканских же газетах их доля нередко превышает 50%. Это – упоминание *этнонимов*, это этнически окрашенные *идеи и мифы*, это позитивные и негативные *этнические стереотипы*, это использование особых *лексических форм* и др. Отметим, что большая часть упомянутых материалов СМИ, особенно стереотипов, не всегда позитивна. И это обижает людей, затрагивает их национальные чувства и достоинство, повышает напряженность в обществе¹.

¹ Подробнее см.: Малькова В.К. Неужели мы такие? Стереотипы русских, россиян и России в современной российской прессе // Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002. С. 107–148.

Важно подчеркнуть, что в последние десятилетия этническое пространство, вслед за реалиями жизни, разрастается и в СМИ. И это далеко не всегда оправдано. Этничность в последние годы без особой необходимости актуализируется и довольно широко распространяется через многие каналы, в том числе – молодежные, профессиональные, спортивные, музыкальные, литературные. Среди аналитиков идут дискуссии: всегда ли нужно подчеркивать этническую принадлежность героев публикаций в СМИ и не приведет ли это к нежелательным последствиям? Недавно российское журналистское сообщество согласилось не упоминать в публикациях национальность преступников, что сразу стало заметно даже в таких активных изданиях как «МК» («Московский комсомолец») и «КП» («Комсомольская правда»). Правда, постепенно это соглашение стало нарушаться, поскольку журналисты нашли и стали использовать другие формы информации: *выходцы из южных стран, уроженец Кавказа, смуглые и золотозубые гости столицы* и т.п.

Способов распространения этничности в массовом сознании с помощью СМИ немало. Перечислим некоторые из них, выделенные нами в процессе многочисленных анализов прессы.

– Это **сообщение фактов о событиях в жизни этносов**, об их культуре, экономике, политике. Например, цитаты: *«Татарские школьники начали учить свою историю по новым учебникам»*; *«Тувинские шаманы участвуют в политической жизни своей республики»*; *«В Дагестане открылась фотовыставка «Лицо кавказской национальности»* ... Это могут быть вполне нейтральные сообщения, но порой здесь может быть и опасность тенденциозного и негативного подбора фактов с этнической окраской.

– Это **использование толерантной или конфликтной лексики**, содержащейся в этнической информации, в форме слов (лексемы) или в форме словосочетаний. Этнические лексемы могут встречаться в заголовках и в текстах, могут быть невинными (толерантными) или конфликтными, могут быть в форме насмешек, кличек, ярлыков, других словообразований, агрессивных и скандальных выражений. Именно такие слова и выражения (вместе с другими элементами текстов) исследователи уже давно

назвали «языком вражды». А в некоторых случаях в СМИ допускается даже и прямое оскорбление этносов – *черные, узкоглазые, чурки, чучмеки, хачики. азеры, киты, укры, колорады, ватники* и т.п. Например, на протяжении более чем 2-х последних десятилетий мы фиксировали в российской прессе, такие редкие толерантные выражения как: *дружественные нам узбеки и русские; наши украинские братья, братский славянский народ* и др. Но более часто в наших СМИ можно было видеть конфликтные лексемы: *чеченские бандиты, афганские террористы, лица кавказской национальности; лица арабско-азиатской национальности, укры, ватники, укро-фашисты* и другие.

– Следующая форма передачи этнической информации – это создание и **распространение этнических образов и стереотипов**, позитивных или негативных, образов «нас» и образов «других» – друзей и партнеров или противников и врагов. Например: *«Американцы – малообразованные, самодовольные люди, а французы легкомысленные; Русские люди ленивы и простодушны; аварцы гостеприимны и толерантны».*

– Еще один способ – это **конструирование этнических идей или идеологем**, иногда подчеркивающих пользу или вред «нам» со стороны других. Например: *«Слишком много этнических мигрантов приезжают к нам, они нам мешают и их надо выселить».* Или: *«Приезжие не платят налоги, привозят к нам опасные болезни, мешают образованию наших детей... Надо прекратить прием мигрантов или резко ограничить его».* Порой звучат подстрекательства, мобилизационные призывы: *«мы должны противостоять, мы должны подняться, восстать, защитить, убрать...».* Чаще всего идеологемы бывают обвиняющими: *мы – хорошие, а виноваты они,* или: *мы не виноваты, но они нас несправедливо обижают.*

– **Толерантная или конфликтная мифология** о прошлом, настоящем и будущем «нас» и «их», о «наших» и «их» интересах и их защите. Например: *«Это наша этническая территория, мы здесь «коренные», поэтому мы должны иметь льготы и преимущества»;* или: *«Мы – особый народ, и другим не дано нас понять».*

– Это и **иллюстрации** – **рисунки, фотографии, карикатуры** с этнической тематикой.

Все эти и другие формы распространения этничности были подробно рассмотрены нами с многочисленными реальными примерами из российской прессы в наших монографиях и статьях¹.

Приведенные формы или способы распространения этничности через прессу еще раз показывают, какой огромный потенциал толерантности или конфликтности может содержаться в информации, получаемой реципиентом только через письменный текст. В радио, и особенно в телепередачах, используются кроме того еще и другие нюансы: *особые интонации дикторов и ведущих, эмоциональные акценты, громкость, музыка, разные шумы*, а на телевидении – еще и *жесты, мимика ведущих, фоновые картинки...*

* * *

Как уже упоминалось выше, этническая окраска может содержаться в любых публикациях – от серьезных аналитических статей – до простых рекламных объявлений, и по тематике – от большой политики – до «мелких» бытовых событий. Но все же, можно выделить **и основные темы**, через которые в последние годы наиболее часто этничность распространяется в СМИ.

– Одной из основных тем для прессы, особенно республиканской, является **освещение этнокультурного развития этносов**. В начале 90-х годов в российских республиках эти процессы показывались как «этническое возрождение» или «этнический ренессанс». Здесь нередко речь шла о проблемах этногенеза и демографии так называемых титульных этносов республик, об успехах «своих» этносов в прошлом и об их стратегиях и интересах в настоящем и будущем. При этом, как правило, в прессе реконструируется или романтизируется историческое прошлое ти-

¹ См.: Малькова В.К. Этнические аспекты журналистики. Из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА РАН. 2004; Большая коллекция иллюстраций из прессы, рисунков и карикатур с этнической окраской собрана и представлена нами в монографии: Малькова В.К. Полиэтничная Москва в начале нового тысячелетия. Как видит и показывает ее столичная пресса. М.: ИЭА РАН. 2007.

тульного этноса, реанимируются и мифологизируются его этнические герои и памятники, поднимаются вопросы о направлениях языковой политики в регионе, о переименовании улиц, городов, поселков. Подобная информация довольно активно распространяется в республиканской прессе в последние десятилетия. Она направлена на формирование этнической идентичности у представителей определенной группы, на их сплочение на основе единой истории, единых ценностей, а порой и единой территории. И необходимо отметить, что далеко не всегда подобные материалы содержат в себе только позитивный подтекст. В некоторых полиэтничных республиках с помощью таких материалов нередко одна часть населения психологически как бы отделяется от другой – иноэтничной, якобы нездешней. Через подобную информацию довольно часто проводятся идеи желаемого доминирования одной национальности над другой, муссируются разговоры о необходимых льготах и привилегиях представителям так называемых «коренных» национальностей перед всеми другими. И в этом может быть общественная опасность подобных материалов.

– Важной и актуальной темой для современных СМИ является и **освещение межнациональных (межэтнических) отношений в стране и в российских регионах**. Здесь вопросов, затрагиваемых прессой, масса. Это проблемы этнических меньшинств, издавна проживающих в городе или районе, это и проблемы недавних этнических мигрантов и принимающих этносов, выливающиеся порой в журналистских сообщениях в конфликты *«своих»* и *«чужих»*, это и проблемы взаимоотношений и приоритетов этнических культур, языков и т.д. Освещение межнациональных отношений – это огромная и, пожалуй, одна из наиболее болезненных тем для современных российских СМИ. Судя по данным наших исследований, контакты этносов далеко не всегда описываются в СМИ позитивно. Особенно неблагоприятно это выглядит в последние десятилетия в прессе федеральной и столичной. Что касается республиканских и областных журналистов, то при освещении межэтнического взаимодействия в своих регионах, они в последние годы по разным причинам выступают в СМИ заметно более толерантно, чем столичные.

– В постсоветское время еще одной актуальной этнически окрашенной темой стало **освещение горячих межэтнических**

конфликтов. В прошлом это были события в Чечне и других горячих точках. Теперь – на Украине, в Сирии, в Турции, в других регионах. Как известно, описываемые в СМИ военные события далеко не всегда связаны с этническими аспектами жизни людей. Но, стараниями журналистов и политиков, нередко они становятся таковыми в массовом сознании. В подобных публикациях далеко не всегда можно встретить сбалансированную, объективную информацию. И это – беда не только российских, но и всех других журналистов и идеологов, выступающих на страницах газет с патриотических позиций, «защищающих» свою страну или свою национальность с помощью слова. Здесь в очередной раз отзывается научная и юридическая неразработанность многих понятий, в том числе и такого ключевого в ситуации конфликтов, как *«патриотизм»*. Практически во всех публикациях СМИ о военных событиях заметны политические интересы, нередко прикрываемые интересами своей страны или стремлением защитить *«своих»*.

– **Тема мигрантов или «понаехавших».** Это очень актуальная, многоаспектная и острая тематика последних десятилетий. В последние годы повсюду, но особенно в крупных городах страны, заметно противостояние местных жителей и «пришлых». Оно, естественно, не остается незамеченным и прессой. Инокультурная миграция и создаваемые ей проблемы вызывают очень острые дискуссии не только в СМИ, но и во всем обществе. Причем инициаторами общественных обсуждений нередко являются сами СМИ. В наши дни (2015 год) мы видим такую неоднозначную и тревожную картину не только в нашей стране, но и в европейских странах, где также общественное мнение неоднозначно воспринимает внезапный наплыв беженцев из Сирии и африканских стран. Но приносят ли пользу яркие, громкие и порой очень конфликтные медийные выступления, как например, многочисленные ток-шоу на телевидении? – Это вопрос спорный. И не только потому, что порой из-за крика участников трудно понять суть проблемы. Но результат чаще всего неясен: сторонники разных точек зрения покричали и взбудораженные разошлись. А основные вопросы остаются нерешенными, мигранты продолжают въезжать в страну легально и нелегально, и справиться с их пото-

ком обществу очень нелегко. Для СМИ – это тоже проблема, кажущаяся неразрешимой. С одной стороны – они должны отстаивать принципы толерантности по отношению к приезжим, отстаивать и интересы бизнеса, использующего дешевую рабочую силу и дающего рекламу самим СМИ. С другой стороны, среди журналистов также немало представителей принимающего сообщества, которые не хотят видеть свои города и села, перенаселенные чужими людьми с чужой культурой, чужими обычаями. Это заметно проявилось в последние годы в медийной презентации мусульманских праздников Курбан-Байрама, Ураза-Байрама и других в российских городах. Не только простые жители протестовали против массовых жертвоприношений и молитв на площадях городов, но и сами журналисты. В результате власти были вынуждены принимать определенные ограничительные меры. И проблема была в основном смягчена.

– **Проблемы «этнического криминала».** Эта тема, через которую чаще всего создаются и распространяются негативные этнические стереотипы, также конфликтогенна. Нередко именно в подобных материалах представители разных этносов (за исключением русского и некоторых других) представляются как преступники, а сами преступления связываются авторами публикаций с определенными национальностями, с их психологией и историческими привычками. Иногда, на основании одного-двух примеров в СМИ делаются обобщения о поголовной преступности среди представителей какой-либо национальности (*грузины, чеченцы, азербайджанцы, цыгане...*). И это не только несправедливо обижает невиновных, вызывает большие обиды у представителей этих национальностей, но и способствует распространению в массовом сознании негативных этнических образов целых этнических групп и народов.

– **Взаимоотношения республик и федерального центра.** Эта тема актуализируется в прессе в зависимости от конкретных поводов, возникающих или в «Центре», или в конкретном регионе. За последнее десятилетие эта тема почти потеряла свою остроту. Тем не менее, в прессе время от времени все же отражались некоторые события, связанные, например, с выборами в Саха /Якутии и в Калмыкии, с позицией Татарстана по некоторым спорным

конституционным вопросам, с некоторыми проблемами в Башкортостане и др. А в последнее время (2015г.) эта тема, к сожалению, опять начинает активизироваться в СМИ¹. В этих случаях СМИ вместе с политиками довольно часто используют этничность, играют на этнических чувствах населения, резко восстанавливая массовое сознание жителей республик против «коварного» федерального центра. К этой же группе публикаций можно присоединить и материалы о повышении напряженности между бывшими республиками Союза и Россией. Конфликты Россия – Грузия, Россия- Латвия, Россия- Украина и другие активно освещаются нашей и зарубежной прессой, что тоже далеко не всегда делается корректно. Порой СМИ становятся площадками не только межнациональных, но и международных споров, в которых используется некорректная лексика, приводятся сомнительные аргументы.

– **Обсуждение проблем национал-терроризма, экстремизма и различных этнических фобий** – еще одна большая и очень острая тема для современных СМИ. В разных изданиях эти проблемы освещаются также неодинаково. Чаще всего это бывают кампании осуждения случаев терроризма и экстремизма, общие для всех СМИ сразу. Так бывает при острых информационных поводах, например, при крушении самолетов или при массовой гибели невинных граждан в результате терактов. Но иногда отдельные СМИ сами инициируют обсуждение подобных тем и представляют их далеко не всегда с толерантных позиций. За последние годы в нашей (центральной) прессе наблюдался ряд подобных кампаний, касавшихся проблем кавказофобии, чеченофобии, юдофобии, цыганофобии (а порой – и провоцировавших их), а теперь – и украинофобии и русофобии. Нередко подобные, не совсем профессионально сделанные публикации (а порой это делается намеренно и прикрывается «наивностью» автора), сами становятся предметом общественного обсуждения и вызывают ненужный всплеск негативного

¹ См., например, публикации в газете «Московский Комсомолец»: Не все регионы одинаково счастливы. (МК, 2015. 22 декабря); Особого отношения к Крыму не будет // Там же.

интереса к этническим или конфессиональным различиям людей, нагнетают межэтнические страсти и напряженность в обществе. В последние годы к этой же теме можно отнести и выступления против терроризма, где также активно акцентируется этнический или религиозный признак.

– Освещение **этноконфессиональных и межконфессиональных проблем**. Эта тема порой становится для наших СМИ особенно острой. В абсолютном большинстве случаев наши СМИ лояльно относятся к представителям всех религиозных конфессий. Однако некоторые периодические издания порой не просто касаются религиозных проблем, но сталкиваются между собой православных с католиками, христиан с мусульманами... Нередко появляются «заказные» публикации, очень тенденциозно рассказывающие о том или ином персонаже или событии в этой сфере.

Все перечисленные выше этнические явления, освещаемые современной прессой, также, как и многие неупомянутые здесь, свидетельствуют не только об этническом многоцветье мира, но и о его хрупкости, в том числе и о взрывоопасности подобной медийной информации для полиэтничного населения. Каждая из тем содержит в себе огромный потенциал этнической толерантности и конфликтности. И от журналиста и его спонсоров зависит, какие идеи, стереотипы и нормы он хочет распространить в обществе – тревожность и отчужденность, неуверенность, страх, противостояние этнических групп... Или наоборот – способствовать мирному спокойному настрою своих земляков, своих сограждан, с которыми он живет и будет жить дальше в нормальном и стабильном обществе.

Нельзя не упомянуть и **об авторах**, освещающих проблемы этничности в СМИ. И это, в первую очередь – журналисты. От их деятельности, от их профессионализма в большой степени зависит, будет ли в стране межнациональный мир или будет продолжаться межнациональная напряженность, вспышки межнациональных конфликтов, попытки этнического сепаратизма, случаи этнической дискриминации. И это огромная тема, о которой надо говорить специально.

Но наши исследования показывают, что, кроме журналистов, авторами многих публикаций являются и другие интеллектуалы: например, в федеральной и московской прессе – это политики и

представители творческой интеллигенции, а в российских республиках и других регионах – это, кроме журналистов, в основном местные административные работники, которым СМИ предоставляют свою трибуну. Поэтому необходимо также специально говорить не только о просвещении журналистов и об общественном контроле за их деятельностью, но также и о других идеологах, освещающих проблемы этничности. Поэтому научно-экспертное рассмотрение деятельности СМИ по освещению всех форм этничности – важная научно-практическая задача. И, кроме того, для исследователей, изучающих этнополитический, этнокультурный и этнопсихологический фон в стране или регионе, этническая информация в традиционных СМИ, а теперь еще и в интернете – ценнейший этнокультурный, этнопсихологический и исторический источник.

Литература

- Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.: МГУ, 1999.
- Альберт Фред С., Шрам Уилберг, Петерсон Теодор. Четыре теории прессы. М., 1998.
- Валеев Р. Роль электронных СМИ и сети Интернет в этнокультурном развитии народов России. <http://www.kazanfed.ru/publications>.
- Варганова Е. Л. В треугольнике советского, зарубежного и национального: медиаисследования на пространстве СНГ // Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте. Материалы всероссийской научно-практической конференции 23–24 мая 2013 г. СПб., 2013.
- Деева И.В. Особенности типологии русскоязычных СМИ в Кыргызстане. Автореф. канд. фил. наук. 2010. <http://www.dissercat.com/content>.
- Замская М. Д. Формирование образа политического лидера современного типа. М., 2005. Автореф. канд. диссертации по политологии.
- Камалов А. А. Национальная пресса Дагестана как важный фактор сохранения и развития культур и языков народов республики. Автореф. канд. филол. наук. М., 2007. <http://www.dslib.net/zhurnalistika>.
- Лабуш Н.С. Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий. Часть 1. Продолжение политики средствами информационного насилия // Медиаскоп. Электронный научный ж-л ф-та Журналистики МГУ. Выпуск № 2. 2015.
- Лученко К.В. Интернет и религиозные коммуникации в России // Медиаскоп, 2008. Вып.1. <http://www.mediascope.ru/node/32>.
- Макеева Л. Правовой анализ нормативной базы по разжиганию национальной, социальной, религиозной нетерпимости или розни // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. М.: НИК, 2002.

Малькова В.К. «Не допускается разжигания межнациональной розни...»: Книга об этнической журналистике. Из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА РАН-МБПЧ, 2007.

Малькова В.К. Применение контент-анализа для изучения интернационального и национального в республиканской прессе // Статистика в этнографии. М., 1985.

Малькова В.К. «Крым наш» в российском информационном пространстве // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. М.: ИЭА РАН, 2015. № 243.

Малькова В.К. «Сказанное слово не бывает неслышанным»: О языке толерантности и конфликтности в современных СМИ // Мир русского слова, 2002. № 5.

Малькова В.К. Исследование этнической проблематики в СМИ. Предметообразующие контуры этнополитической журналистики // Междисциплинарные исследования в контексте социально-культурной антропологии / Ред. М.Н. Губогло. М.: Наука, 2004.

Малькова В.К. Мобилизация этнических сообществ в современной России. По материалам этнических СМИ. М.: ИЭА РАН, 2011.

Малькова В.К. Москва – многокультурный мегаполис. М.: ИЭА РАН – ТА-СИС. 2004;

Малькова В.К. Неужели мы такие? Стереотипы русских, россиян и России в современной российской прессе // В.К. Малькова, В.А. Тишков. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002.

Малькова В.К. Образы этносов в республиканских газетах. Опыт этносоциологического исследования. М.: ИЭА АН СССР, 1991.

Малькова В.К. Полиэтническая Москва в начале второго тысячелетия. Как видит и показывает ее столичная пресса. М.: ИЭА РАН, 2007.

Малькова В.К. Этнические аспекты журналистики. Из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА РАН, 2004.

Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство. Книга первая. Образы российских республик в Интернете. М.: ИЭА РАН, 2009.

Мелентьев А.А. Система печатных СМИ Молдовы: исследование медиаситуации в стране и особенности функционирования молдавской прессы. Автореф. канд. филол. наук. <http://www.dissertcat.com/content>.

Мелконян Н. СМИ как основной механизм актуализации политического имиджа. www.nogavank.am/upload/pdf/.

Мониторинг языка вражды в белорусских СМИ. Гражданский форум. <https://civilforum.by/press-not-tolerance>.

Образ России в мире: анализ зарубежных СМИ // Sputnik Беларусь. <http://sputnik.by/infographics/20150611>.

Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917–1990-е гг.) // Учебное пособие для вузов / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: МГУ, 1999.

Петрунина А.И., Калужский М.Л. Общая ситуация на российском рынке печатных СМИ: тенденции и перспективы развития. <http://www.aup.ru/articles/marketing/46.htm>.

Право на свободу слова. Роль СМИ в экономическом развитии. Пер. с англ. М.: Издательство Весь Мир, 2004.

Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. М.: ФЭГ, 2002.

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М.: МГУ, 1998.

Роскомнадзор просит СМИ не нагнетать межконфессиональную напряженность. 13.01.2015. <http://ria.ru/society/20150113/1042406056.html>.

Ротман Д.Г., Провдвиев В.В., Полегоско О.А. Особенности функционирования информационного пространства Беларуси в современных условиях: социологический анализ // Медиафера России и Беларуси в условиях современных геополитических трансформаций. Материалы междунар. науч.-практ. конф. Минск: Изд. центр БГУ, 2010.

СМИ Белоруссии: цена братских объятий. <http://inosmi.ru/overview/20150922/230411717.html>.

СМИ в современном мире. Петербургские чтения // <http://jfs.spbu.ru/conference>.

Тертычный А. А. Состояние и перспективы развития системы жанров российских СМИ. Теория СМИ и массовой коммуникации // Медиаскоп. Вып. 4. 2010. <http://mediascope.ru/node/675>.

Тишков В.А. Реквием по этносу: исследования по социально-культурной антропологии. М.: Наука, 2003.

Тишков В.А. Этнология и политика. Научная публицистика. М.: Наука, 2001.

Тишков В.А. Общество в вооруженном конфликте. Этнография Чеченской войны. М.: Наука, 2001.

Тузинов А. Р. Масс-медиа: идеология видимая и невидимая // Полис, 2002. № 5.

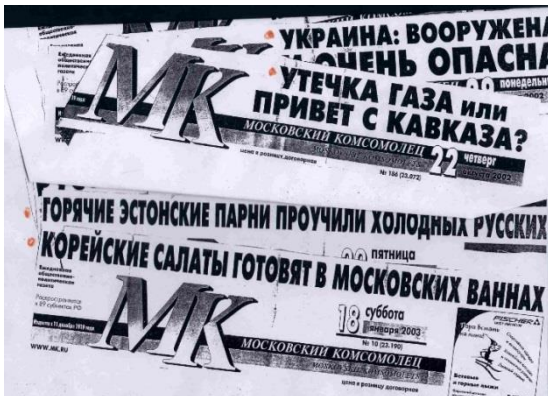
Федотова Л. Социальная миссия и социальная ответственность: понятия и эмпирическое наполнение. М., 2013.

Филиппов С. СМИ как механизм формирования гражданского общества в переходных системах // Власть, 2002. № 8.

Этнические сообщества в социальных сетях. www.hse.ru/data/2012/11/01/1249268541.

Ядов В.А. Социологическое исследование: Методология, программы, методы. М.: Наука, 1972.

Иллюстрации



Илл. 1. Примеры использования этничности в лексике сообщений



ШКОЛЫ С ЭТНОКОМПОНЕНТОМ СТАНОВЯТСЯ ПОМЕХОЙ

Моя твоя не понимает

И не собирается понимать

По неофициальным данным, в столичных школах обучается порядка 100 тыс. детей мигрантов. Но, вместо того чтобы использовать подаренный городом шанс стать конкурентноспособными, многие из них принимают в школы свои "помехи".

ШКОЛЫ С ЭТНОКОМПОНЕНТОМ СТАНОВЯТСЯ ПОМЕХОЙ

ПРАВДАТАКОЕ, ТАКИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ НЕ РЕШАЮТ. И ПОЭТОМУ НЕКОТОРЫЕ ШКОЛЫ С ЭТНОКОМПОНЕНТОМ СТАНОВЯТСЯ ПОМЕХОЙ. ПОЭТОМУ НЕКОТОРЫЕ ШКОЛЫ С ЭТНОКОМПОНЕНТОМ СТАНОВЯТСЯ ПОМЕХОЙ.

Чужой устар

а наш монастырь

Наблюдю!

Тест на совместимость с Москвой

ПРИЕЗЖИЕ - НЕ ЕДИНСТВЕННЫЙ ИСТОЧНИК РОСТА

Москве без мигрантов

Москва без мигрантов не обойтись, уверяют нас власти и некоторые эксперты. Приезжие занимают те рабочие места, на какие коренные жители не претендуют. Они же воспроизводят новых москвичей. И все это официальная информация подается под соусом эмпирических данных. **НО НАС ОБМАНЫВАЮТ.**

МИФ № 1: Падение рождаемости остановит мигранты

НАСЕЛЕНИЯ СТОЛИЦЫ И ЕЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

не прожить? Неправда!

МИФ № 2: Мигранты работают там, где не хотят москвичи

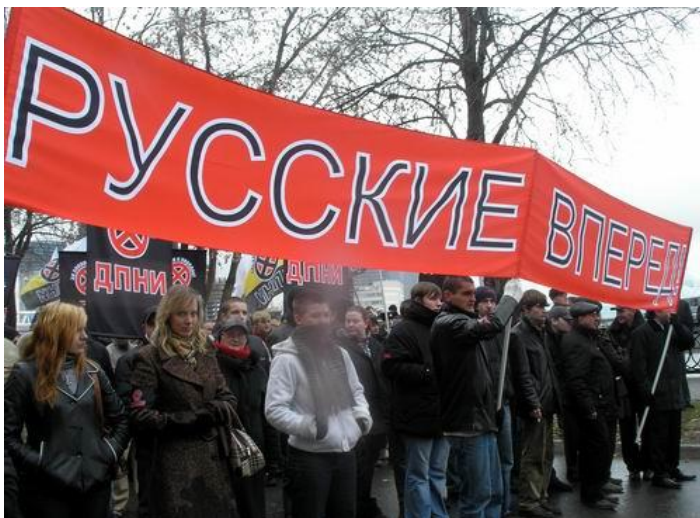
Непопулярные профессии у москвичей

Августовская, 2006, №23

Илл. 2. Примеры газетных публикаций о мигрантах в Москве



Илл. 2. Примеры газетных иллюстраций о мигрантах в Москве (окончание)



Илл. 3. Примеры некоторых публикаций о националистах



Илл. 3. Примеры некоторых публикаций о националистах (окончание)

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ
РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

«В условиях мощного западного давления на Россию страна должна выработать дополнительные меры по нейтрализации возможных угроз стабильности и безопасности» – призвал Президент РФ В.В. Путин на заседании Совета безопасности по вопросу обеспечения безопасности национальных интересов в условиях санкций¹. По его словам, в России «знают, что нужно делать», а потому санкции не дали ожидавшихся результатов» и не привели к расколу российского общества. Попытки разобщить наше общество, сыграть на отдельных трудностях, нащупать уязвимое, слабое звено не дали ожидаемых результатов, – правомерно заявил Президент России на этом заседании.

К числу таких уязвимых, слабых звеньев отечественные и зарубежные политологи не без основания относят межнациональные отношения, обострение которых в свое время стало одним из серьезных поводов для распада СССР, а также надолго осложнили внутривнутриполитическую жизнь Российской Федерации, одного из крупнейших многонациональных (полиэтнических) государств мира. Здесь, по данным Всероссийской переписи населения 2010 г. (сформированной на основе самоопределения граждан), проживают представители 193 национальностей, используются 277 языков и диалектов, в государственной системе образования используются 89 языков, из них 30 – в качестве языка обучения, 59 – в качестве предмета изучения².

¹ Цит. по: Замахина Т. Равноправие без торга: Владимир Путин поручил подготовить ответ странам, которые ввели санкции против России // Российская газета. 2015. 6 июля.

² См.: Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года: Утверждена Указом Президента РФ 19 декабря 2012 г. № 1666. М., 2012. С. 3.

Сохранению единства и целостности России во многом способствовала реализация Концепции государственной национальной политики РФ (1996 г.), благодаря чему удалось преодолеть дезинтеграционные процессы, создать предпосылки для формирования общероссийского гражданского самосознания на основе общей судьбы народов нашей страны.

С учетом новых вызовов времени, в целях обеспечения интересов государства, общества, человека и гражданина, укрепления государственного единства и целостности России, сохранения этнокультурной самобытности, сочетания общегосударственных интересов и интересов всех народов, обеспечения конституционных прав и свобод граждан, была разработана и принята в декабре 2012 г. новая Стратегия государственной национальной политики РФ на период до 2025 г.

Весьма характерно, что в данном случае особый акцент в ее информационном сопровождении сделан на широком задействовании **интернета и мультимедийных технологий**, что, несомненно, отвечает требованиям сегодняшнего дня. Действительно, скорость развития интернета и новейших средств связи в мире беспрецедентна, а до глобального информационного общества, как утверждают международные эксперты, рукой подать. Недавний доклад ученых из Международного союза электросвязи (ITU) впечатляет: если в 2000 г. в мире было 738 млн абонентов мобильной связи, то сегодня их уже 7 млрд, а численность пользователей интернетом к концу 2015 г. достигнет 3,2 млрд человек и увеличится за последние 15 лет с 6,5 до 43%¹.

Глобальные прогнозы, в свою очередь, впечатляют не меньше статистики: опрос экспертов авторитетной, т.н. «фабрики мыслей», какой является New Research Center, позволил заглянуть в будущее интернета в 2025 г. Исследователи установили, что сеть станет, как электричество, вездесущей и едва заметной – людей ожидает т.н. «интернет вещей» (это когда все соединено со всем), произойдет развитие искусственного интеллекта, появление «ум-

¹ См.: Журенков К. Всех связать! Скорость развития интернета и новейших средств связи беспрецедентна // Огонек. 2015. 15 июня. С. 4.

ных» устройств, распространение сенсоров, рост скорости передачи данных и т.д.¹. Вместе с тем, некоторые зарубежные специалисты² предостерегают о том, что в мире уже во всю идет настоящая битва за «цифровую власть», грозные отзвуки которой все чаще, в большей или меньшей мере, доходят до России, порождая новые вызовы и риски.

И это объяснимо: мировые тенденции в целом соотносятся с российскими. Так, сегодня месячная интернет-аудитория (т.е. число тех, кто выходит в Сеть раз в месяц и чаще) составляет 63,0% взрослого населения России, или примерно 74 млн человек. По данным отечественных исследователей, с 2000 г., когда начался замеряться этот показатель, он постоянно увеличивается. Ныне суточная аудитория Сети – 52,0% взрослых россиян (около 61 млн чел.), считают эксперты ВЦИОМ. По их данным, еще 17,0% пользуются интернетом иногда (несколько раз в неделю, месяц), эпизодически к нему прибегают либо не пользуются вообще, около трети опрошенных – 31,0%³.

Тем самым, отмечают российские эксперты, превзойден очень важный психологический рубеж: хотя бы раз в день более половины взрослых соотечественников выходят в онлайн. Прогнозы показывают близкое достижение общемирового уровня: к 2020 г. месячная интернет-аудитория в России достигает 78%⁴. При этом основным локомотивом становятся уже не мегаполисы, а небольшие города (до 100 тыс. жителей), увеличивается число т.н. возрастных пользователей интернета в категории 35+ – благодаря развитию государственных услуг в Сети.

Следует подчеркнуть, что отечественные ученые и специалисты пошли дальше своих западных коллег. Они выявили и обосновали основной тренд последнего времени, обозначив его формулой «вместе-отдельно», т.е. современные люди хотят быть вместе и в то же время отдельно друг от друга, в чем им помогают мобильные телефоны и интернет. Следует заметить немаловажную деталь

¹ См.: Там же.

² См.: Брифинг: Брюс Стерлинг / Огонек. 2015. 15 июня. С. 5.

³ См.: Уверенные пользователи. Пользуетесь ли вы интернетом, если да, то как часто? // Огонек. 2015. 15 июня. С. 5.

⁴ См.: Борисова С. Все в сеть // Огонек. 2015. 15 июня. С. 5.

– сущность нового тренда в целом корреспондирует с реализуемой в России моделью межнациональных отношений.

Несомненно, позитивной особенностью современной национальной политики Российской Федерации, провозглашенной в упомянутой Стратегии, является ее ориентир на активный поиск новых концептуальных подходов, учет необходимости оперативного решения вновь возникающих острых проблем, а также реального состояния, вызовов и перспектив развития межнациональных отношений. Представляется, что в этой связи, с учетом мировых тенденций, по-новому были сформулированы приоритеты в информационном обеспечении реализации государственной национальной политики России¹. В ее основу впервые положена комплексная информационная компания (далее – Комплексная компания), направленная на укрепление общегражданской идентичности и межнациональной толерантности², что свидетельствует об отходе от устаревших подходов и штампов.

Подтверждением решительного курса на широкое использование именно современных электронных средств массовой информации служит и то, что на них приходится 91,2% от общего объема бюджетного финансирования, выделенного в 2014 г. на информационное обеспечение реализации государственной национальной политики России (удельный вес средств, выделенных на поддержку печатных СМИ за этот период, составил 8,8%).

Данная Комплексная компания, в частности, предусматривает, во-первых, формирование и совершенствование мер стимулирования государственных, муниципальных и негосударственных теле- и радиокompаний, печатных СМИ, журналистов, освещающих вопросы реализации государственной национальной политики РФ, включая поддержку проектов, направленных на реализацию целей и задач Стратегии государственной национальной политики РФ на период до 2025 г. Во-вторых, – распространение

¹ См.: Стратегия государственной национальной политики РФ на период до 2025 года: Утверждена Указом Президента РФ 19 декабря 2012 г. № 1666. М., 2012. С. 9–10.

² План мероприятий по реализации в 2013–2015 годах Стратегии государственной национальной политики РФ на период до 2025 года: Утвержден распоряжением Правительства РФ от 15 июля 2013 г. № 1226-р. М., 2013. С. 23–29.

рекламной и промышленной продукции, производство и размещение в теле- и радиоэфире роликов социальной рекламы и иной видеопродукции, поддержка создания тематических радио- и телепередач, газетных и журнальных рубрик, интернет-проектов, направленных на реализацию целей и задач государственной национальной политики России.

В-третьих, предусматривается организация и проведение конкурсов на лучшее освещение в СМИ вопросов межнационального (межэтнического), межконфессионального и межкультурного взаимодействия, и в-четвертых, – выступления в СМИ руководителей государственных и муниципальных органов, представителей институтов гражданского общества, общественных объединений, религиозных организаций по актуальным вопросам, связанным с реализацией государственной национальной политики РФ¹.

Анализ результатов реализации конкретных мер в рамках этой Комплексной компании в 2014 г. в очередной раз подтвердил оптимальность избранного формата. Во-первых, сделанный при этом упор на поддержку функционирования интернет-портала «Россия для всех» с группой сайтов на языках народов России, включая представителей титульных национальностей государств – участников СНГ, на наш взгляд, позволил Международному информационному агентству «Россия сегодня» (далее МИА «Россия сегодня») добиться заметных позитивных перемен.

Так, на интернет-портале с группой сайтов на девяти языках народов России и представителей титульных национальностей стран СНГ (включая русский, азербайджанский, бурятский, аварский, киргизский, таджикский, черкесский, чеченский, а с 1 полугодия 2014 г. и крымско-татарский) было опубликовано 94 материала по тематике государственной национальной политики РФ². Всего с момента запуска интернет-портала в 2012 г. его по-

¹ См.: План мероприятий по реализации в 2013–2015 годах Стратегии государственной национальной политики РФ на период до 2025 года. С. 23–24.

² См.: Доклад Минкультуры России о реализации в 2014 году Плана реализации в 2013–2015 гг. Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года. М., 2015. С. 43.

сети более 1,7 млн уникальных пользователей. При этом достигнуты впечатляющие качественные показатели интернет-портала: средняя продолжительность посещения составила 1,45 минуты, а среднее количество страниц, просматриваемых посетителями в течение одной сессии – 1,84.

Редакцией интернет-портала проведен целый ряд интересных и полезных экспертных и пресс-мероприятий с участием руководителей государственных ведомств, политологов, представителей общественных объединений. Только во втором полугодии 2014 г. это были «круглые столы» на темы «Адаптация мигрантов в России: новые инициативы» и «Экстремизм в обществе: причины возникновения и способы борьбы», мультимедийная пресс-конференция, посвященная благотворительному хоккейному матчу «Дружба народов», мультимедийный видео-мост Москва-Астана «Курбан-байрам: традиции и значение в современном мире» и др.

Интернет-портал также выступал информационным партнером таких мероприятий, как «Форум черкесской и абхазской молодежи России и зарубежья», «Вечер Таджикистана» у мечети на Поклонной горе, участвовал в запуске совместных проектов с радиостанциями «Восток» и «Столица», с ТВ каналом «Боец». Весьма важным и актуальным социальным проектом этого интернет-портала стала разработка и обновление в июле 2014 г. приложения для мобильных устройств на платформе Android по обучению русскому языку трудовых мигрантов.

В значительной мере было налажено оказание государственной поддержки организациям, осуществляющим производство, распространение и тиражирование социально значимых проектов в области электронных СМИ, ориентированных на гармонизацию межнациональных отношений, развитие межэтнического взаимопонимания, продвижение идей межнациональной и религиозной толерантности, недопущение проявлений экстремизма на национальной и религиозной почве, проводимой в соответствии с заявками заинтересованных организаций.

Так, по линии Роспечати, на которую возложена обязанность оказания государственной поддержки организациям в области электронных и печатных СМИ, в 2014 г. поддержано 48 проектов на общую сумму 54,6 млн рублей, в том числе в электронных СМИ – 33

проекта (49,8 млн рублей) и в области печатных СМИ – 15 проектов (4,8 млн рублей). Следует подчеркнуть, что среди получателей государственной поддержки не только ведущие федеральные учреждения, но и хорошо зарекомендовавшие себя региональные информационные структуры. Так, например, среди электронных СМИ – это Нижний Новгород, Волгоград, Ставрополь, Адыгея, Тыва и др. В свою очередь среди печатных СМИ выделяются Бурятия, Карачаево-Черкессия, Дагестан, Тыва, Забайкальский край и др. Кроме того, в 2014 г. государственную поддержку на реализацию социально значимых проектов в размере более 5,5 млн рублей получили 26 периодических печатных изданий, выходящих на национальных языках народов России¹.

Отдельно следует остановиться на деятельности упоминавшегося МИА «Россия сегодня», на основном сайте которого осуществлялась обширная публикация актуальных материалов (всего в 2014 г. их было размещено более 170) по вопросам межкультурного взаимодействия на примерах различных регионов РФ, сообщений на информационной ленте о действиях федеральных и региональных органов власти, направленных на реализацию государственной национальной политики, комментариев экспертов, интервью и выступлений общественных и религиозных деятелей, руководителей диаспор, национальных лидеров, направленных на установление общегражданского согласия².

На площадке МИА «Россия сегодня» также были проведены три видеомоста с подключением городов Российской Федерации, в том числе Казани – столицы Республики Татарстан, а также Кишинева – столицы Республики Молдова – участника СНГ, в которых приняли участие известные эксперты, руководители государственных ведомств, представители общественных организаций. Также состоялись онлайн-конференция на тему «Пасха: на пути к укреплению духовной составляющей общества» в форме прямого диалога с интернет-аудиториями с участием лидеров общественного мнения и 52 мероприятия (пресс-конференций,

¹ Цит. по: Доклад Минкультуры России. С. 44–46.

² Там же. С. 47.

«круглых столов») по проблемам межнационального и межконфессионального согласия с участием основных российских конфессий и СМИ.

Цикл интересных мероприятий проведен по линии федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (далее ВГТРК). Так, например, на круглосуточном познавательном телеканале «Моя планета» было реализовано несколько проектов, цель которых – сохранение и приумножение духовного и культурного потенциала народов России.

К таким проектам, прежде всего, относится программа «Редкие люди», которая рассказывает о жизни малых народов России, не потерявших своей самобытности. Героями программы «Редкие люди» уже стали представители дигорцев, ижоров, нганасанов, тубаларов и других малых народов России, чья численность на сегодняшний день не превышает нескольких тысяч, а иногда и сотен человек. Всего в рамках проекта «Редкие люди» сделано 18 программ хронометражем по 26 минут.

Кроме того, в рамках программы «Люди воды» телеканал «Моя планета» собрал уникальный материал о рыбаках и развитии традиционных рыболовецких ремесел в Архангельской, Иркутской и Мурманской областях, Краснодарском и Приморском краях.

Еще один проект, запущенный на телеканале ВГТРК «Моя планета» при поддержке Минкультуры России, получил название «Россия. Гений места». Всего в рамках этого проекта в течение двух лет выйдет 24 эпизода программы, рассказывающей о самых красивых и важных с историко-культурной стороны местах на карте страны¹.

С несомненным интересом был встречен зрителями цикл телевизионных документальных фильмов «Пряничный домик», представленный телеканалом «Россия К» ВГТРК. В 2014 г. в этом цикле было выпущено 43 фильма (из них 29 премьер и 14 повторов), посвященных народному творчеству и ремеслам. Телеканалом «Россия 1» подготовлено несколько документальных фильмов, раскрывающих вопросы межнационального согласия, дружбы народов и патриотизма.

¹ Там же. С. 50.

В числе таковых эксперты отдельно выделяют следующие картины: «Эстафета олимпийского огня. Сочи. Обратный отсчет» (эфир 07.02.2014); «Афган» (эфир 14.02.2014); «Салам, учитель!» (эфир 02.04.2014); «От Петра до Николая. Традиции русских полков» (эфир 21.04.2014); «Земля героев. Илья Муромец» (эфир 21.06.2014); «Земля героев. Добрыня Никитич» (эфир 28.06.2014); «Земля Героев. Вайнемёйнен» (эфир 05.07.2014); «Земля Героев. Урал-Богатыр» (эфир 12.07.2014) и др.

Вместе с тем, в июне 2014 г. запущен новый проект телеканала – программа «Свадебный генерал», в которой подробно рассказывается о традициях свадебных торжеств в разных регионах России. К настоящему моменту в эфир вышли 4 выпуска программы, посвященные особенностям свадебных гуляний народов Севера (эфир 22.06.2014), Кабардино-Балкарской Республики (эфир 13.07.2014), Республики Татарстана (эфир 29.06.2014) и Республики Удмуртии (эфир 06.07.2014)¹.

В 2014 г. в рамках цикла публицистических телепрограмм «Русский вопрос» ОАО «ТВ-Центр» в эфир было выпущено 35 передач, в том числе посвященных теме вхождения Республики Крым и г. Севастополя в состав Российской Федерации, а также различным социально-политическим вопросам, интересующим российское общество. В частности, в рамках общественно-политических ток-шоу «Право голоса» в эфир вышло 66 выпусков².

Все более широкое распространение в эфире каналов и радиостанций ВГРК находит тематика общегражданской идентичности и этнокультурного многообразия. Так, на телеканале «Россия 24» данная тема нашла свое отражение в информационных выпусках телеканала, программах «Мнение», «Церковь и мир», «Формула власти». Также она периодически затрагивается во всех информационных программах радиоканала «Вести ФМ», и, в частности, в таких регулярных программах и рубриках радиостанции, как: «Уроки истории» – заметки по истории, приуроченные к конкретным датам; «Вопросы истории» – программа с участием специалистов по различным периодам истории, прежде всего отечественной; «Народы России» – рассказы об истории,

¹ Там же. С. 51–52.

² Там же. С. 52–53.

традициях, укладах, обычаях, языках народов Российской Федерации; «С папой на край света» – программа о путешествиях с детьми, в которой затрагивается тематика нравов, традиций и обычаев различных регионов мира, в том числе Российской Федерации; «Культурный вопрос» – большая программа о культурных событиях в различных регионах Российской Федерации; «Охотники за впечатлениями» – программа о праздниках, обычаях и традициях разных народов зарубежных стран и России и т.д.

Радиоканал «Вести ФМ» в своих информационных выпусках также широко освещал празднование Дня славянской письменности и культуры, а также празднования 700-летия со дня рождения преподобного Сергия Радонежского¹.

Тематика общегражданской идентичности и культурного многообразия регулярно освещается радиостанцией «Радио России. Культура» в следующих программах:

– «Мифы истории» – программа об исторических фактах, исторических мифах, событиях, повлиявших на ход истории в России и за рубежом. Эта программа выходит в двух форматах: короткие ежедневные программы (2,5 мин.) и еженедельная программа (23 мин.);

– «Поэзия. Движение слов» – программа поэта-священника С. Круглова знакомит аудиторию с многообразием современной поэзии. Гостями программы становятся самые разные поэты из всех уголков страны;

– «Академия детских наук» – программа об образовании, об учителях и школах;

– «Действующие лица» – ежедневная центральная программа радиостанции. Гостями становятся как отечественные деятели культуры, так и приезжающие на гастроли зарубежные писатели, артисты, музыканты, режиссеры;

– «Диалог культур» (радиомост) – программа рассказывает о событиях в мире, связанных с российской культурой. Репортажи из Италии, Германии, Дании и других стран².

¹ Там же. С. 53.

² Там же. С. 54.

На канале **ТВ-Центр** было выпущено 6 выпусков программ из цикла общественно-политических ток-шоу «Линия защиты», 25 выпусков программ из цикла общественно-политических ток-шоу «Право знать», а также специальные репортажи «Крым. Территория весны», «Дары волхвов», «Последний самурай Российской Федерации», «Крым. Русская весна», «Крым. Возвращение домой», «Принцесса Укока».

Кроме того, тема формирования общегражданской идентичности и позитивного представления культурного многообразия была затронута в информационных программах «События», «Город новостей», а также в еженедельных программах «В центре событий», «Московская неделя», «Постскрипtum»¹.

В части создания и трансляции художественных фильмов, направленных на продвижение позитивного российского опыта культурного многообразия, ВГТРК в 2014 г. были продемонстрированы следующие ленты:

– «Две зимы и три лета» – экранизации тетралогии Федора Абрамова: «Братья и сестры», «Две зимы и три лета», «Пути-перепутья» и «Дом» (премьера 20–31.01.2014); «Легенда № 17» (эфир 07.02.2014); «Гюльчатай. Ради любви» (премьера 24–28.02.2014); «Прошлым летом в Чулимске» (эфир 19.04.2014); «Географ глобус пропил» (эфир 25.04.2014); «Сталинград» (эфир 09.05.2014); «Истребители» – военная драма, посвященная подвигу летчиков военной авиации во времена Великой Отечественной войны (эфир 09.05.2014); «Пепел» (эфир 10.05.2014); «Операция «Тайфун». Задания особой важности» (эфир 22.06.2014); «Солнечный удар» – фильм Н. Михалкова по одноименному рассказу и дневникам Ивана Бунина «Окаянные дни» (премьера 04.11.2014), «Екатерина» – историческая драма о немецкой принцессе Софии Фредерике, будущей российской императрице Екатерине Великой (премьера 24–27.11.2014).

При информационной поддержке ВГТРК 10 июля 2014 г. также состоялась кинопремьера фильма «Поддубный», главный герой которого – легендарный российский борец Иван

¹ Там же.

Поддубный – олицетворяет лучшие черты русского национального характера¹.

В 2014 г. на каналах «МИР», «МИР+3» и «МИР 24» проведены прямые трансляции 18 значимых этических и религиозных праздников, среди которых: Молебен в храме Нерукотворного Образа Спасителя. Трансляция из Сочи (06.02.2014); Патриарх Кирилл. Молитва о мире (14.03.2014); День славянской письменности и культуры. Трансляция из Москвы и Санкт-Петербурга (24.05.2014); Ураза Байрам. Трансляция из Уфимской Соборной мечети Ляля-Тюльпан (28.06.2014); Церемония открытия памятника Героям Первой Мировой войны с участием Президента России В. Путина. Трансляция из Москвы (01.08.2014); Концерт-реквием к 100-летию начала Первой Мировой войны. «Война. Музыка и слово». Трансляция из Санкт-Петербурга (24.08.2014); Церемония открытия памятника Императору Александру Первому с участием Президента России В. Путина. Трансляция из Москвы (20.11.2014); Великое освящение храма в честь Сергия Радонежского в Царском Селе. Трансляция из Санкт-Петербурга (08.12.2014) и другие².

В соответствии с Комплексной информационной компанией на базе **региональных филиалов ВГТРК** созданы десятки рубрик и программ об этнокультурных проблемах современной России. При этом освещение указанных вопросов является предметным, учитывает специфику каждой конкретной территории. Ряд программ записывается на национальных языках, чтобы представители различных этносов и народностей, в том числе – малочисленных, были вовлечены и непосредственно участвовали в обсуждении самых разных проблем. В настоящее время ВГТРК одновременно вещает на 54 национальных языках, достигая таким образом максимального охвата целевой аудитории. В целом в рамках радиостанции «Радио России» программы на национальных языках размещают 28 региональных филиалов и 4 территориальных отделения ВГТРК.

Среди радиопрограмм, затрагивающих этнокультурные проблемы, необходимо отметить **межрегиональные радиожур-**

¹ Там же. С. 55.

² Там же. С. 55–56.

налы, которые создаются совместными усилиями сразу нескольких филиалов ВГТРК. Это прежде всего радиожурнал «Между Волгой и Уралом» на радиостанции «Радио России». Данная программа формируется ГТРК «Татарстан» на базе материалов 6 других региональных компаний – ГТРК «Башкортостан», ГТРК «Коми Гор», ГТРК «Марий Эл», ГТРК «Мордовия», ГТРК «Удмуртия» и ГТРК «Чувашия». Кстати, радиожурнал «Между Волгой и Уралом» редкий долгожитель, он регулярно выходит в эфир с 1958 г. и является одной из самых продолжительных передач в истории российского радио.

Кроме того, с 2012 г. **на радиостанции «Радио России»** в регионе Северного Кавказа вновь начал выходить радиожурнал «Зори Кавказа», выпуски которого были прерваны в 1995 г. Цель программы – укрепление добрососедских отношений между народами Северного Кавказа. В настоящее время радиожурнал создается на базе ГТРК «Алания» силами 7 региональных филиалов ВГТРК¹.

Возвращаясь к не снижающейся роли **печатных СМИ** в информационном обеспечении реализации государственной национальной политики в России, следует подробнее остановиться на деятельности таких ведущих государственных печатных изданий таких как «Российская газета» и журнал «Родина». Эти авторитетные издания целенаправленно ведут информационную работу, направленную на гармонизацию межнациональных и межконфессиональных отношений, воспитание культуры межнационального общения и предупреждение межэтнических конфликтов. Так, на страницах центральных и региональных выпусков «Российской газеты» и на официальном сайте издания (www.rg.ru) в рубриках и сюжетах «Общество», «В регионах», «Культура», «Религия», «Миграция» и других публикуется большое количество актуальных материалов, посвященных острым проблемам межнациональных и межконфессиональных отношений, деятельности органов власти в этой сфере, национальным культурам и традициям народов России.

¹ Там же. С. 56–57.

Например, среди опубликованных материалов выделяются такие как: «В России получили убежище почти 194 тысячи украинцев» (18.10.2014), «Мир каждому дому. Второй раз в Москве прошел форум «Религия и мир» (17.10.2014), «Больничный для мигранта» (24.09.2014), «Северный Кавказ принял 6,5 тысяч беженцев с Украины» (27.07.2014), «Язык проглотишь. Не прочтешь Толстого и Пушкина – не получишь российский паспорт» (30.06.2014), «В Чечню возвращаются русские учителя» и «С битой и пистолетом. Националистов судят за убийство» (30.05.2014), «Как живут русские «дети войны» в Грозном» (15.05.2014), «Константинов: Запад долго формировал русофобию среди крымских татар» (13.05.2014), «Мигранты будут сдавать экзамены в России» (21.04.2014), «Дружба ради безопасности. Проблемам межнациональных связей будут уделять особое внимание» (15.04.2014), «Кадриль в ритме лезгинки (В Ингушетии наметилась тенденция – на высокооплачиваемую работу, в республику нередко приглашают русскоязычных специалистов из других регионов страны)» (19.03.2014), «На укрепление единства нации» выделяют почти 2 миллиарда рублей» (15.03.2014), «Городу и миру (Общественная деятельность Церкви выгодна государству)» (14.03.2014), «Богословы призвали дагестанских мусульман уйти от фанатизма» (09.03.2014), «В Дагестане открылась международная конференция мусульман» (06.03.2014), «Патриарх Кирилл встретился с главами Дагестана и Чечни» (21.02.2014) и другие¹.

Немалое внимание в информационном обеспечении мероприятий государственной национальной политики в России отводится поддержке издания приложений к солидному печатному изданию, распространяемому на всей территории РФ. Они направлены на распространение знаний о традициях и культуре народов страны. Так, например, в течение 2014 г. вышло 22 выпуска приложения «Национальный акцент» к газете «Аргументы недели», тираж каждого выпуска которого составляет свыше 415 тыс. экземпляров. Дополнительно на основе региональных материалов подготовлено 75 полос, которые также вышли под названием приложения в 25 субъектах Федерации².

¹ Там же. С. 45–46.

² Там же. С. 46.

В обеспечении информационного сопровождения государственной национальной политики большое значение придается стимулированию творчества и профессионализма журналистов, осуществляемое в формате Всероссийского конкурса журналистов «СМИротворец» на лучшее освещение вопросов межнациональных и этноконфессиональных отношений (для печатных и электронных СМИ). Так, в конкурсе 2014 г. приняли участие 764 СМИ, представляющих 85 субъектов Российской Федерации. В адрес оргкомитета конкурса поступило около девяти тысяч работ. Региональные этапы конкурса прошли в трех федеральных округах (Сибирском, Южном и Северо-Кавказском), а подведение итогов состоялось 25 ноября в Москве.

По результатам голосования членов жюри, оценивавших работы федеральных и этнических СМИ, призы за первое место получили:

– в номинации «Печать» журнал «Огонек» (г. Москва) и газета «Черногорский рабочий» (Республика Хакасия, г. Черногорск);

– в номинации «Телевидение»: «Познавательный канал РТД» (г. Москва) и телеканал «Новое телевидение Кубани» (Краснодарский край, г. Краснодар);

– в номинации «Интернет»: ИА «Росбалт» (г. Санкт-Петербург) и телевизионный портал Финно-угорского культурного центра «Финноугровидение» (Республика Коми, г. Сыктывкар);

– в номинации «Русский мир»: газета «СОЮЗ. Беларусь-Россия» (г. Москва) и газета «Северный рабочий» (Архангельская область, г. Северодвинск);

– в номинации «Радио» радио «Комсомольская правда» (г. Москва) и в номинации «Детские и молодежные СМИ» – детская газета «Эпиграф» (г. Санкт-Петербург)¹.

Не менее широко и значимо аналогичный конкурс проводится в 2015 г., вызывая неподдельный интерес в среде журналистского сообщества, ученых, специалистов². Во многом аналогичным образом, творчески, проводятся Российской академией радио (РАР) конкурсы на Национальную премию «Радиомания». В 2015 г. Академия, взяв в свои профессиональные руки определение лучших,

¹ Там же. С. 46–47.

² Подробнее см.: Этноновости: Нижегородская область // Аргументы недели. 2015. 10 сентября.

разделила в номинациях крупные сетевые радиохолдинги и несетевые станции, провела образцовую церемонию награждения¹.

По мнению вице-президента РАР Ю. Костина, – «выйти на сцену получить русский «радийный Оскар» в окружении первых людей и знаменитых поп-звезд – хорошая задача для нового поколения радиешиков, особенно провинциалов! Ведь если бы не «Радиомания» – о многих из них бы и не узнали». Как отмечают специалисты за период проведения «Радиомании» с 2002 г., уровень региональных радиожурналистов поднялся очень высоко, однозначно достигнув столичных стандартов. Кстати, в текущем году жюри «Радиомании» больше смотрело не на масштаб и необычность идеи, как было прежде, а на процессы, происходящие внутри отрасли. Так, за эфирное мастерство отмечен ведущий музыкальных программ «Радио 7 на семи холмах» Александр Лавров. Среди награжденных радиостанция «Вести FM», обеспечившая за счет высокого мастерства самый мощный рост среди информационных станций. «Золотыми микрофонами» отмечен прекрасный русский язык литературно-познавательных программ радио «Звезда» и успехи многих других по-настоящему творческих коллективов².

Приведенные в данном исследовании, по сути, первые систематизированные итоги реализации государственной национальной политики РФ, хотя и в части только ее информационного обеспечения, свидетельствуют о широко развернувшейся, большой и напряженной работе в сфере межнациональных отношений. Некоторые ее параметры – глубоко продуманная концептуальная основа, твердая политическая воля руководства, опора на общественность, включая региональную, задействование мощнейших государственных электронных печатных СМИ, многое другое – позволяют сделать вывод, что информационная компания такого размаха и уровня в этой области еще ни разу не предпринималась в постсоветской России, а ее дальнейшее продолжение в таком же темпе сулит значительные позитивные подвижки во всей внутренней политике.

Конечно, нельзя не учитывать, что это время совпало с триумфальным проведением Олимпиады в Сочи, вызвавшей огромный

¹ См.: Васянин А. Импровизация по радио // Российская газета. 2015. 6 июля.

² Там же.

общественный резонанс в стране и мире, с гражданским подъемом, связанным с возвращением Крыма в состав России и с осуждением последовавших санкций со стороны Запада, а также со всенародной подготовкой празднования 70-летия Победы советского народа в Великой Отечественной войне.

В этой связи представляется, что логично прогнозировавшаяся учеными тенденция, когда основные результаты деятельности в данной сфере выражаются, как правило, в отложенном по времени социальном эффекте, в частности, в росте толерантности, изменении ценностных ориентаций и норм поведения людей, в данном случае привела к качественно новым результатам. Так, невиданный масштаб, поистине, всенародного шествия в рамках проекта «Бессмертный полк» 9 мая 2015 г., в разы превысившего самые оптимистические прогнозы, продемонстрировал, то, что можно смело назвать рождением российской общегражданской нации.

За прошедший период 2015 г. страна, все россияне стали свидетелями самых разных событий, в том числе драматических, которые напомнили о некоторых исторических параллелях. Это и кризис в экономике, и фрагменты холодной войны, и многое другое, – отметил на заседании весенней сессии Госдумы РФ ее спикер С. Нарышкин. Все вновь увидели, что мир хрупок и не избавлен от противоречий, но российское общество, при всем многообразии взглядов, всегда едино, когда это единство требуется для защиты национальных интересов¹.

И здесь, на наш взгляд, одну из важнейших ролей играет обеспечение сохранения и приумножения духовного и культурного потенциала многонационального народа России, основанное на единстве и дружбе народов, на их межнациональном (межэтническом) согласии, на российском патриотизме. Все эти качества были еще раз акцентированы в Стратегии государственной национальной политики РФ.

¹ Нарышкин С. Цит. по: Петров В. Изоляция невозможна: Депутаты завершили весеннюю сессию // Российская газета. 2015. 6 июля.

ЭТНИЧЕСКАЯ ТЕМА В ТУВИНСКИХ СМИ

Тува – один из немногих регионов России, где тувинцы – коренное население республики, неплохо сохранили свою этническую культуру и язык. Отдаленное и труднодоступное положение республики, естественные условия изоляции способствуют этому. Важно наличие своего национально-территориального образования, в котором предпочитает компактно проживать подавляющая часть тувинцев. Их численность благодаря высокой рождаемости с 2002 по 2010 гг. выросла: с 235513 чел. (77,1% от общей численности населения Тувы) до 249299 чел. (82%).

Тувинцы придают исключительно высокое значение своему этническому языку и культуре. В ходе Всероссийской переписи населения 2010 г. 99% тувинцев (246741 чел.), ответивших на вопрос о родном языке, назвали таковым язык, соответствующий в переписном листе их национальной принадлежности¹. Из 245687 тувинцев, указавших владение языками, тувинским языком владели 241092 чел. (98,13%). Тувинский язык как государственный на территории региона применяется во всех сферах жизнедеятельности, и что особенно ценно, – в семейно-бытовом общении.

Сохранению этнической культуры и языка способствует деятельность тувинских СМИ. По данным Территориального отдела Енисейского управления Роскомнадзора, в г. Кызыле в первом полугодии 2015 г. было зарегистрировано 59 средств массовой информации. Показатели медийной насыщенности по сравнению с другими регионами невысокие, с 2009 г. наблюдается тенденция к росту числа СМИ: 2008 г. – 59, 2009 г. – 42, 2010 г. – 51, 2011 г. – 41, 2012 г. – 45, 2013 г. – 51, 2014 г. – 55.

Большинство из СМИ составляли печатные издания (39 газет и 7 журналов). К регулярно издающимся на русском языке можно отнести газеты: «Тувинская правда», «Центр Азии», «Кызыл неделя», «Риск Экспресс», «Плюс Информ», «Тува ТВ Информ», на тувинском языке – «Шын» («Правда»), «Тываның аныяктары»

¹ Итоги. 2013. С. 290.

(«Молодежь Тувы»), «Сылдычыгаш» («Звездочка») и др. Во многих районах их администрации или частные лица тоже выпускают газеты: «Ак-Довурак», «Байлак Тожу» («Богатая Тоджа»), «Вести Кызылского кожууна», «Мөңгүн-Тайга», «Сүт-Холь», «Танды-Уула», «Эрзин», «Өвүр черде» («На овюрской земле»), «Самагалдай», «Тарыс», «Чаа орук» («Новый путь»), «Чеди-Хольский вестник», «Хемчиктин сылдызы» («Звезда Хемчика»).

Журналов в республике немного, они выходят бесперебойно: старейший литературный журнал «Улуг-Хем» («Енисей»), журнал для педагогов «Башкы» («Учитель»), для детей – «Алдын Кушкаш» («Золотая птица») и др. По названиям печатных изданий очевидно, что популярными являются этнические названия или подчеркивающие их региональную специфику: газеты «Ак-Довурак», «Өвүр черде», «Байлак Тожу», «Центр Азии» и др.

Опрос населения 2012 г. показал, что пресса региона востребована жителями республики¹. 86% опрошенных с той или иной степенью периодичности ее читали, в то время как аудитория федеральных печатных изданий меньше – около 60%. В чем секрет успеха тувинской периодики? Она пишет о том, что близко местному жителю и на доступном ему языке.

В первом полугодии 2015 г. зарегистрировано 13 электронных СМИ: 2 телеканала, 10 радиоканалов, 1 телепрограмма. Как по всей стране, телевидение остается главным источником информации для 96% жителей республики независимо от возраста. 97% опрошенных смотрели передачи центрального и регионального телевидения. Разница лишь в том, что федеральные каналы смотрели чаще: ежедневно (80,2%), один-два раза в неделю (15,6%),

¹ Соцопрос был проведен с 20 августа по 4 сентября 2012 г. при поддержке филиала ГТРК «Тыва». Было опрошено 602 жителя Тувы: 307 – в г. Кызыле, 295 – в Каа-Хемском и Сүт-Хольском районах. В сельской местности людей опросили в основном рядом с домом их проживания, а в столице – на улице и в других общественных местах. Выборка – совмещенная, территориальная с квотами по полу, возрасту и уровню образования. Квоты выборки рассчитаны по данным Всероссийской переписи населения 2010 г.: 44,4% опрошенных составили мужчины, 55,6% – женщины; 18–30 лет – 32,7%, 31–40 лет – 24,8%, 41–55 лет – 26,7%, 56 и старше – 15,8%. Четверть от общего числа опрошенных имела высшее или незаконченное высшее образование, остальные – окончившие школу, колледж, техникум или не имеющие образования.

один-два раза в месяц (1,7%); местные каналы чуть менее регулярно (каждый день – 75%, еженедельно – 19%, ежемесячно – 4%).

Среди электронных СМИ пальму первенства прочно держала государственная телерадиовещательная компания «Тыва» (далее, ГТРК «Тыва») – филиал Всероссийской государственной телерадиовещательной компании. Она занимала монопольное положение благодаря двуязычному регулярному радио- и телевидению на всю территорию республики. Кроме того, ГТРК «Тыва», в отличие от телеканалов «Новый век» и «Тува 24», еще освещала и события в районах, чем тоже привлекала зрителей. Для жителей отдаленных районов ее передачи зачастую выступали единственным доступным каналом массовой информации.

По сведениям Территориального отдела Енисейского управления Роскомнадзора в г. Кызыле зарегистрировано 10 радиоканалов, среди них «Авторadio Кызыл», «Европа плюс Кызыл», «Радио Азии», «Голос Азии», «Дороги Республики», «Саяны Юмор», «Радио Рива FM», «Свой голос», «Местная Радиостанция», «Тува 24». Общая аудитория радио, судя по данным опроса, всего 14%. Чаще всего его слушают жители столицы. С 1 июня 2015 г. радиопередачи «Радио России-Тыва» стали выходить на FM-волне 105,5 МГц, что дает возможность увеличить число слушателей.

Для выявления характерных черт освещения этнической темы в СМИ нами было предпринято выборочное обследование республиканских газет «Тувинская правда», «Шын», «Центр Азии», «Риск», «Плюс Информ» за январь 2013 г. и январь 2014 г. Просматривая все заголовки и лиды, мы отобрали материалы, так или иначе касавшиеся заявленной темы, и проанализировали их по следующей схеме: расположение (номер, полоса), наличие анонса и иллюстраций, объем, тема, содержание материалов, автор и его социальный статус, жанр, тон. Представление о деятельности электронных СМИ формировалось в ходе анализа транслируемых ими передач и информации, размещенной на сайтах. На основе данных Территориального отдела Енисейского управления Роскомнадзора в г. Кызыле и Министерства информатизации и связи Республики Тыва была описана ситуация со СМИ республики. Проект государственного доклада о состоянии культуры в

Республике Тыва в 2014 г. помог прояснить позицию республиканских властей в вопросе освещения темы межэтнических отношений, поэтому из него приведены выдержки. Полезным был опыт создания и ведения автором рубрики «Межэтнические отношения современной Тувы» в газете «Плюс Информ» в 2013–2014 гг.¹

Анализ полученных данных убеждает в том, что СМИ удовлетворяют выраженные потребности населения Тувы в этнической информации. В первую очередь, благодаря выходу на тувинском языке. Сам факт наличия СМИ на родном языке трудно переоценить. Это способствует укреплению республиканской государственности, консолидации общества, формированию гордости и достоинства его членов, сохранению и развитию этнической культуры и языка.

Власти республики выступают учредителями средств массовой информации на тувинском языке и ежегодно распределяют между ними субсидии. Национальные издания выходят благодаря их поддержке. В следующей таблице представлены данные Министерства информатизации и связи Республики Тыва о динамике субсидирования газет «Шын» и «Тыванын аныяктары» в 2013–2015 гг.

Таблица 1

Объемы субсидирования газет «Шын» и «Тыванын аныяктары»

№	СМИ	Объем субсидии (руб.)		
		2013 г.	2014 г.	2015 г.
1.	газета «Шын»	4 600 000	5 000 040	4 600 000
2.	газета «Тыванын аныяктары»	1 000 000	1 200 000	1 199 150

Помимо вышеуказанных газет субсидии также получили газета «Сылдысчыгаш», журналы «Улуг-Хем» и «Башкы». Работа национальных редакций требует больших усилий и расходов,

¹ Газета «Плюс Информ». URL: <http://plusinform.ru/most>. 30.03.2015.

нежели русскоязычных. Субсидии составляют значительную часть их бюджета и направляются чаще всего на покрытие типографских расходов. Правительство Тувы не может не поддерживать национальные издания: обязательства накладывает государственный статус тувинского языка, а также гарантированное законом право человека на получение информации на родном языке.

Лидером вещания на тувинском языке является **ГТРК «Тыва»** (общий годовой объем – 830 часов). Половина ее информационных телепрограмм, по данным за третий квартал 2014 г., выходила на тувинском языке (51,5 часов из 103,6). Четыре раза в день выходили новости на тувинском языке «Вести-Тыва. Медээлер» с итоговой информационно-аналитической программой в воскресенье. Материалы выкладываются на сайте <http://gtrktuva.ru> и в социальной страничке <https://vk.com/gtrktuva>.

По сравнению с советским периодом резко сократился объем тематического вещания. Три раза в неделю по утрам выходят передачи «Ажык чугаа» («Открытый разговор») на тувинском или русском языках.

Радиопередачи ГТРК «Тыва» «Радио России – Тыва» выходили в эфир каждый день. На тувинском языке с понедельника по четверг шли: информационно-развлекательные выпуски «Экий Тывам» – «Доброе утро, Тыва» (с 7.10 до 7.35 часов утра), а с 18.10 до 19.00 вечера – программы из жизни республики «Төрээн Тывавыста» – «В родной Туве». В субботу с 12.10 до 13.00 часов на родном языке выпускались передачи «Хүннүң айтырыглары» («Вопросы дня»), а в воскресенье с 12.10 до 13.00 часов – «Улуг-Хемниц чалгыглары» («Волны Улуг-Хема»).

Если брать в целом региональную медиасистему, то ориентировочно треть от всего объема вещания осуществлялась на тувинском языке. Выпускать на тувинском языке сложнее, поэтому СМИ, выходящих на русском языке, на порядок больше. Основное средоточие сообщений идет на столицу, население которой владеет русским и тувинским языками. Поэтому можно говорить о некоторой несбалансированности информационного пространства республики.

Выборочный анализ показал постоянное внимание журналистов к этнической теме. Практически в каждом номере газеты или новостном выпуске обнаружено 2–3 материала, затрагивающие те или иные ее аспекты. Накануне этнических или религиозных праздников, таких как Шагаа, Рождество, а также юбилейных событий их число увеличивается. В газете «Тувинская правда» в № 1 за 2013 г. было выявлено 4 такие публикации, в №2 – 2, в №3 – 3, в №4 – 5; в «Центре Азии» за тот же год в № 1 – 1, в №2 – 3, в № 4 – 4; в «Риске» в № 1 – 3, в № 2 – 2, в №3 – 3.

В газетах публикации выходили чаще под рубриками, что тоже говорит о частоте обращения к данной теме. Перечислим их: в газете «Тувинская правда» – «Традиции», «Даты», «Культура», «Праздники», «Путник и дорога», «Одно село – один продукт»; в «Центре Азии» – «Люди Центра Азии», «Люди дела», «Культурная жизнь»; в «Плюс Информе» – «Межэтнические отношения современной Тувы» (МосТ), в «Шыне» – «Расскажи историю родного края», «За чашкой чая. История Шагаа», «Традиции Шагаа», «Литературная страничка», «К 100-летию единения Тувы и России» и др.

Как видно по названию рубрик, тема культуры – на первом месте. Приоритетное освещение получил такой аспект как сохранение и возрождение традиций, в том числе с помощью современных информационных технологий.

В январе газеты традиционно много писали о Шагаа – Новом годе по лунному календарю, официальном празднике в Туве. Наиболее обстоятельно к освещению этого праздника подошла газета «Шын». Если на страницах других изданий мы нашли в основном материалы информационного характера, то в газете «Шын» – 10 разнообразных публикаций, в том числе аналитических. Среди них история, значение, правила проведения обрядов, тексты благопожеланий, график праздничных мероприятий. В четырех публикациях звучали мнения ученых Тувинского института гуманитарных исследований (М.С. Байыр-оол, А.К. Кужугет, А.Т. Дугаржап и др.). Корреспонденты газеты также выяснили, что дети знают о праздновании Шагаа¹, как его

¹ Шын. 2013. № 10.

провели в школах и районах республики¹. Стоит отметить интересные материалы в газете «Плюс Информ» о традициях празднования Нового года разными народами, в том числе проживающими в Туве².

В каждом номере издания в январе содержались материалы, приуроченные к Рождеству и Крещению. Больше всего выступлений подготовила газета «Тувинская правда». В №6 за 2013 г. на первой полосе в рубрике «Традиции» вышел репортаж М. Рудакова «Крещенская купель». В нем корреспондент описал впечатления людей, искупавшихся в купели, освященной настоятелем Свято-Троицкой церкви отцом Нилом. На третьей полосе ощущениями от купания в купели поделился Глава Тувы Ш.К. Кара-оол: «эту традицию поддерживаем шестой год подряд, чтобы поддержать наших ребят – православных христиан, а в Шагаа мы поднимаемся на гору Догээ»³. Однако, судя по устным высказываниям, не все жители Тувы одобряли его действия

Корреспонденты газет «Шын» и «Тувинская правда» написали о встрече Главы Тувы и епископа Кызылского и Тувинского Феофана в Воскресенском соборе. Руководитель региона поблагодарил его за работу по нравственному возрождению и сохранению конфессионального согласия и подарил национальную тувинскую одежду: безрукавку («чтобы согревала душу и тело») и сапоги идик («чтобы прочно стоять на тувинской земле»). Фотография Главы Тувы и епископа усиливала положительный эффект этих публикаций.

Регулярно освещалась деятельность ансамблей, профессиональных и самодеятельных оркестров, выставок, популяризовавших этническую культуру. В материалах об успешных гастролях духового оркестра Тувы в Китае и на о. Тайвань, ансамбле «Канитель» подчеркивалась их самобытность, просветительская функция для детей и молодежи.

Отметим внимание журналистов к хурешу – самому популярному виду спорта, тесно связанному с кочевой культурой тувин-

¹ Шын. 2013. № 10.

² Плюс Информ. 2014. № 2, 4.

³ Тувинская правда. 2013. № 6.

цев. Этот факт проиллюстрируем на следующем примере. В публикации, подводившей итоги 2014 г., была размещена фотография, на которой Глава Тувы Ш.В. Кара-оол награждал известного борца Эреса Кара-Сала. Нам кажется, что решающую роль в выборе именно этой фотографии сыграло то, что он являлся борцом и был одет в тувинскую одежду (пальто, шапку, сапоги)¹.

Не обошли газеты стороной и тему дружбы народов. Она освещалась через призму истории судеб русских переселенцев, работы интернациональных коллективов и семей в Туве. Такие материалы периодически выходили в газете «Центр Азии» в рубрике «Люди Центра Азии». Тема дружбы и взаимопомощи русских и тувинцев прошла сквозной нитью в автобиографическом очерке Татьяны Верещагиной «Это – судьба»², интервью с семьей Ковалевых³, истории асбестового комбината в г. Ак-Довурак⁴.

В серии заметок Кан В.С. в рубрике «Мост» в газете «Плюс Информ» была описана межэтническая и языковая ситуация: динамика этнического состава в Туве и столице, владение населения языками, в том числе родным, факторы, влияющие на состояние русского и тувинского языков, причины ухудшения положения русского языка⁵. Ставились и обсуждались в рубрике межэтнические и межконфессиональные проблемы, в том числе связанные с мигрантами, деятельностью диаспор и землячеств, предлагались пути их решения на основе опыта других стран и регионов и др.

На втором месте – экономические материалы, они встречались в среднем раз в месяц. В репортаже «Лунсин»: взгляд изнутри» в «Тувинской правде» затронута болезненная для местного населения тема промышленного освоения Тоджинского района. Тоджа – это самый крупный и богатейший район республики. Китайская компания «Лунсин» ведет здесь добычу полиметаллических руд, Голевская горнорудная компания – меди, артель старателей «Ойна» – золота. Население обеспокоено ухудшением экологии

¹ Шын. 2014. № 1.

² Центр Азии. 2013. № 2, 3.

³ Тувинская правда. 2013. № 2.

⁴ Шын. 2014. № 6.

⁵ Плюс Информ. 2014. № 1, 2, 3, 4.

края: загрязнением природы, сокращением кормовой базы оленеводства, уходом вглубь тайги зверя и т.д. Шквал народной критики вызывает привлечение на работу приезжих специалистов и рабочих из Китая.

Корреспондент А. Посохин на месте выяснял, соблюдала ли китайская компания «Лунсин» экологические и социальные обязательства. Оказалось, что квота в размере 50% от общего состава рабочих мест жителям республики не предоставлена. По версии газеты, не все работники из числа местных кадров смогли закончить организованное обучение. Автор, стараясь взвешенно осветить проблему, привел мнения ученых, руководителя общественной организации «Тоджа» и местных чиновников, но ответить на наболевшие вопросы людей к горнодобывающему предприятию не удалось.

Резко критическая оценка деятельности китайской компании дана в газете «Риск». Вердикт публикации «Запустили козла в огород»: китайцы не выполнили обещания по набору местных кадров и уплате налогов. Местных рабочих в «Лунсине» нет: это «либо китайцы, численность которых невозможно установить, либо рабочие из других регионов страны». По мнению этой газеты, обучение местных кадров не входило в планы китайцев¹. Во второй публикации «Тоджа – край родной или Поучительная легенда об «Онгон-Хурээ» автор тоже пришел к неутешительному выводу: «не удивлюсь, если через пару лет, великая сибирская река Енисей превратится в вонючую, ядовитую жижу»².

СМИ уделяли внимание теме развития животноводства в районах. Судя по публикациям в газетах «Тувинская правда» и «Шын», стимулируя население, в первую очередь молодежь, к занятию традиционными видами хозяйства (скотоводство, мараловодство, оленеводство, яководство и др.), власти рассчитывают снизить дотационность бюджета Тувы и уровень безработицы. Однако без системной поддержки не обойтись. В репортаже Ш. Ховалыг «Эрес-кежээ ивижилер» («Трудолюбивые оленеводы») показаны многочисленные сложности, с которыми сталкиваются

¹ Риск. 2013. № 1.

² Риск. 2013. № 2.

оленоводы, проживающие в тайге (отсутствие связи, медицинской и ветеринарной помощи, финансовые проблемы и др.)¹.

Журналисты писали об успехах экологически чистой тувинской традиционной продукции (юрты, тувинская вода, хойтпак – кисломолочный напиток, колбаса и др.) на российских и международных конкурсах и трудностях ее продвижения на рынок.

СМИ обходили стороной политические аспекты этнической темы. К ним регулярно обращалась только газета «Риск». В ней периодически поднимались темы прошлого национального суверенитета Тувы, постепенного выдавливания русских из структур власти и социальных учреждений, избирательных прав народов. Основной лейтмотив выступлений – выявление слабых мест в работе региональных властей. Неоднократные попытки Правительства закрыть газету успехом не увенчались, не раз изменив название («Риск информ», «Риск транзит», «Риск экспресс»), она продолжает выходить. Ее покупают у распространителей, обращаются к сайту².

Газета поднимала реальные проблемы, и в этом секрет ее популярности, но ее публикации в целом несут конфликтогенный потенциал. Приведем в таблице 2 примеры технологий, которые применяет издание «Риск».

Таблица 2

Технологии, используемые газетой «Риск»

№	Приемы	Примеры
1.	Не всегда оправданное упоминание в публикациях этнического признака, этнонимов.	<i>Женщина тувинской национальности, русский чужак, националист, сепаратизм, суверенитет и др.</i>
2.	Недостоверные цифры об этническом составе населения без указания источников.	<i>В 60-х гг. XX в. население Тувы состояло на 60% из представителей нетитульного этноса ... сегодня русскоязычного населения осталось 17%.</i>

¹ Шын. 2013. № 1.

² Газета «Риск». URL: <http://risk-inform.ru>.

№	Приемы	Примеры
3.	Разделение единого и противопоставление частей как враждебных группировок.	<i>Они – титульный этнос, им все можно, имеют большие преимущества, а мы – «русскоговорящие».</i> <i>Противопоставляются между собой группы тувинцев, например, приближенные к власти и отстраненные от нее.</i>
4.	Идеологемы, вызывающие сочувствие к себе	<i>Русские – изгоняемые в Туве, нас становится все меньше, к нам относятся несправедливо и обижают, недооценивают, а мы не заслужили это.</i>
5.	Создание и распространение отрицательного образа руководителей региона.	<i>Уголовник, контролирует наркотрафик, националист, сепаратист, тувинский карлик, кара-пуз и т.д.</i>
6.	Подмена интересов целого народа интересами кучки людей	<i>Создается образ «нас» – обиженных (русских) и их (тувинцев)», но от имени всего русскоязычного населения говорит один человек.</i>
7.	Изобразительные средства, прозвища с этническим контекстом.	<i>Рисунки и карикатуры, высмеивающие физиологические особенности тувинцев (низкорослость).</i>

Газета позиционирует себя серьезной «независимой общественно-политической деловой газетой», но на деле ее можно отнести к желтым изданиям с типичным набором черт (язык и стиль изложения, тематика, «скандальный» характер материалов, тяготение к сенсационности, тенденциозность, поиск «жареных фактов» и т.д.). Опасность в том, что малообразованные читатели не способны критически оценивать такую информацию. Парадокс, но успешность этой газете в определенной степени местные власти создают сами: ограничивая распространение социально значимой информации, уходя от обсуждения существующих проблем, в том числе в сфере межэтнических отношений.

Сюжеты с этническим содержанием транслировались в новостных выпусках ГТРК «Тыва», «Нового века», чаще всего при

освещении следующих тем: продвижение продукции тувинских производителей, сюжеты истории, традиции народа и т.д.

Авторами большинства публикаций являлись журналисты, как правило, собственные корреспонденты редакций или сотрудники пресс-служб. Благодаря последним, четко представлена позиция республиканской власти. Остальные авторские категории представлены незначительно: иногда выступали ученые, преподаватели, писатели, музейные работники, учителя, сотрудники правоохранительных органов, а также пенсионеры.

Журналисты использовали в основном информационные жанры (заметка, репортаж, интервью, материалы сайтов, круглых столов, опросов), подавали материал нейтрально (без резких положительных или отрицательных оценок). Критических заметок и аналитических статей немного. Выступления ученых отличались дискуссионным характером постановки и обсуждения проблем: Б.А. Мышлянцева – о тувинской традиционной культуре и ее ценностях¹, А.К. Кужугет – о путях сохранения народной культуры тувинцев² и истории Шагаа³, В.С. Кан – о причинах и следствиях кризиса семейно-брачных ценностей тувинцев⁴, М.С. Байыр-оола – о значении лошади в культуре тувинцев и традиции празднования Шагаа⁵ и др.

Следует отметить характерную особенность – дополнение многих материалов по этнической теме фотографиями, рисунками и картинками, что усиливало их восприятие. В конце статьи приведены некоторые из них.

Таким образом, этническая тема в тувинских СМИ остается в числе постоянных с начала 1990-х гг. по настоящее время. Практически в каждом номере газеты, новостном теле- или радиосюжете выходили материалы, в той или иной степени затрагивавшие ее. Это говорит о высокой востребованности населением этнической информации. В то же время ее регулярная трансляция способствует воспроизводству этничности в Туве.

¹ Тувинская правда. 2013. № 3, 6.

² Тувинская правда. 2013. № 7.

³ Шын. 2014. № 8.

⁴ Плюс Информ. 2014. № 5.

⁵ Шын. 2014. № 7.

Однако прослеживалось единообразие выступлений журналистов с точки зрения содержания и формы. Они предпочитали освещать и достижения, положительные стороны в развитии этнических и межэтнических отношений. Большинство выявленных публикаций посвящено вопросам сохранения и развития культуры и религии тувинцев и русских (традиции народов, праздники, фольклор, преемственность передачи традиций), дружеским взаимоотношениям народов в прошлом и т.д. Регулярное транслирование подобной информации, безусловно, способствовало формированию этнической гордости, достоинства и укреплению этнического самосознания этих народов. При этом совсем мало внимания уделялось деятельности и культурным инициативам народов, находящимся в ситуации меньшинства в регионе. Хотя они играют повышенную роль в формировании этнокультурного климата в республике, в поддержании этнокультурного и языкового многообразия, вносят посильный вклад в социально-экономическое развитие.

Журналисты редко выступали авторами аналитических статей и критических заметок, организаторами дискуссий, в ходе которых мнение могли высказать представители разных социальных и этнических групп. Преимущественное использование информационных жанров ограничивало возможности раскрытия проблем.

Региональные власти следили, чтобы освещение перспектив развития региональной экономики шло в позитивном ключе. Но многие жители не одобряли выбранную нынешним Правительством Тувы стратегию индустриализации республики посредством строительства железной дороги «Курагино-Кызыл», развития горнодобывающей промышленности, широкого освоения месторождений полезных ископаемых. Газеты «Тувинская правда» и «Риск» реагировали на беспокойство людей в связи с работой китайского предприятия «Лунсин» в Тоджинском районе.

Не приносил ожидаемых результатов курс Правительства на вовлечение населения в животноводство (скотоводство, мараловодство, оленеводство, яководство и др.) и земледелие. Корреспонденты, которые обращались к этой теме, приходили к выводу: нужны достаточные материальные стимулы и инфраструктура сбыта продукции.

Об избирательном охвате тем свидетельствует также малое число материалов по проблемам межэтнических отношений. Их поднимали только газеты «Риск» и «Плюс Информ», а рубрика «Мост» была единственной специальной по этой теме.

В исследуемый период не встречались материалы, нацеленные на формирование в общественном сознании образа России как единой страны, общих с другими народами страны ценностей. Хотя тувинцам, как и любому народу, важно чувствовать себя частью целого, гражданами России и учиться всему позитивному у других народов. Постоянная трансляция материалов об уникальности одной этнической культуры, на наш взгляд, может привести к чрезмерному преувеличению своей идентичности, формированию чувства этнической исключительности, и, как следствие, отторжению всего остального.

Объективное и всестороннее освещение этнической темы затруднено по ряду причин. Избегают поднимать проблемные аспекты межэтнических отношений руководители региона и требуют того же от главных редакторов СМИ. Доминирует стремление к лакировке действительности, запрету или ограничению распространения социально значимой информации. Недооценивается важность публичного обсуждения проблем с участием экспертов. Журналисты, особенно государственных СМИ, боятся нарушить негласные запреты, опасаясь негативной реакции властей, ухудшения отношений с начальством, потери работы. Подготовить такую публикацию тоже непросто. Немногие эксперты готовы открыто выразить мнение, дать объективную информацию. Но даже у готовой статьи шансов выйти в свет мало. Так произошло, к примеру, с моей статьей о межэтнической ситуации в Туве, подготовленной для серии «Что Туве мешает развиваться и двигаться вперед» в газете «Плюс Информ». Выход рубрики «Мост», в которой в небольших по объему материалах поднимались проблемные аспекты межэтнических отношений, тоже был приостановлен (фактически прекращен) в декабре 2014 г. В общей сложности вышло 49 заметок¹. Стоит обратить внимание, что речь шла о частном печатном издании!

¹ Газета «Плюс Информ». <http://plusinform.ru/most>.

О том, какой подход насаждают «сверху», можно понять из проекта государственного доклада о состоянии культуры в Республике Тыва в 2014 г., в котором даны характеристики освещения межэтнических отношений СМИ республики:

– газета «Тувинская правда», как и все государственные и муниципальные СМИ республики, с большой осторожностью относится к теме межнациональных отношений, уделяет большое внимание историческим корням отношений народов, культуре, традициям, пропагандирует лучшие народные традиции;

– газета «Шын» деликатно подходит к теме межнациональных отношений, соблюдает баланс даже при размещении фото, используя снимки людей разных национальностей;

– еженедельник «Риск» подает материалы в оскорбительном тоне, который исключает возможность спокойного, взвешенного и аргументированного обсуждения темы. Часто используются предположения и слухи;

– газета «Центр Азии» 20 лет с момента создания реализует проект «Люди Центра Азии», итогом которого стало несколько книг очерков и интервью с людьми разных национальностей, проживающими в Туве или имеющими связи с республикой. Газета четко определяет свою позицию: «Нельзя возвыситься за счет оскорбления другого народа», позиционирует себя как газету «для тех, кто любит Туву и ее людей»;

– филиал ФГУП «ВГТРК» «ГТРК Тыва» реализует взвешенную и осторожную политику при освещении аспектов межнациональных отношений.

Государственные СМИ освещают следующие аспекты межнациональных отношений: исторические связи тувинского и русского народов, в том числе предпосылки и особенности объявления протектората России над Тувой; история создания первого самостоятельного тувинского государства; культурная революция; совместная борьба против фашизма и другие предпосылки вхождения Тувы в состав России; подвижническая деятельность русских педагогов в годы становления республики; культура народов, проживающих в Туве, народные традиции и обычаи; интернациональные семьи; особенности тувинско-русского двуязычия; проблемы изучения русского языка в сельских школах и меры их решения; гости республики из разных регионов России

и других стран, их интерес к Туве; связь с людьми, ранее жившими в Туве или приезжавшими когда-либо; интернациональная политика руководства республикой.

Подвижки в региональной политике в сфере межнациональных отношений происходят, но медленно. В феврале 2015 г. в Министерстве культуры Тувы была создана структура, ответственная за реализацию национальной политики. Однако условия для публичного обсуждения и эффективной реализации программ, касающихся межэтнических отношений пока не созданы.

Между тем бездеятельность чиновников и журналистов приводит к тому, что межэтнические проблемы усугубляются и приводят к многочисленным отрицательным последствиям для региона: сокращение этнического и культурного разнообразия, отток русских специалистов и ослабление кадрового потенциала, ухудшение положения русского языка, неблагополучие в бытовом межэтническом общении, недостаточная степень удовлетворения этнокультурных потребностей представителей нетитульного этноса и др.¹

Позиция властей – не единственная причина, по которой освещались не все аспекты этнической темы. Подавляющая часть населения тоже проявляет пассивную позицию, разобщены институты гражданского общества.

Но основная причина все же кроется в низком профессионализме журналистов, их слабой этнологической подготовке и правовой грамотности, уязвимом социальном положении. Многие из них недооценивают важность специального обучения, проявления активной гражданской позиции и моральной твердости для выполнения своей профессиональной миссии. В отношении тувинских СМИ вполне применимо следующее высказывание «К сожалению, медленно изживается практика одергивания и окриков, как руководителей прессы, так и исполнительного органа,

¹ Кан В.С., Тулуш Д.К. Риски межэтнических отношений в Республике Тыва // Этнополитическая ситуация в России и сопредельных государствах в 2013 году. Ежегодный доклад Сети этнологического мониторинга и раннего предупреждения конфликтов / Ред. В.А. Тишков и В.В. Степанов. М.: ИЭА РАН, 2014. С. 70–78.

ответственного за соблюдение Закона о СМИ. Все это вместе взятое не способствует росту профессионализма и мастерства журналистов, более того, объективно воспитывает их в духе чиновничьего послушания и некой трусоватости. Поэтому устранение излишней многоступенчатой параллельной опеки над государственными СМИ пошло бы только на пользу делу»¹.

Исходя из вышесказанного, вытекают предложения об организации в регионе этнологического обучения журналистов и чиновников, принятии программ по поддержке проектов, предусматривающих разностороннее участие СМИ в профилактике и решении этнических и межэтнических проблем, воспитании высокой культуры межэтнических отношений.

Иллюстрации



Илл. Примеры публикаций в тывинских газетах

¹ Каров А.Х. СМИ КБР: место и роль в реформировании общественного сознания населения. Нальчик. 2002. С. 293.

4
Тувинские Известия

С верой в чудо и в добрые дела

События в нашей стране
 Работники восточной Сибири
 (Томск, Красноярск, Иркутск,
 Хакасия) и восточной Якутии
 (Верхняя Вилюйск) в эти дни
 отмечают 20-летие Победы в
 Великой Отечественной войне.
 В честь этого события в стране
 проводятся различные мероприятия.
 В Тувинской АССР также
 отмечаются эти знаменитые
 события. В честь 20-летия
 Победы в Великой Отечественной
 войне в Тувинской АССР
 проводятся различные мероприятия.
 В честь этого события в стране
 проводятся различные мероприятия.



Тувинцы, отдавая дань уважения памяти погибших героев войны, в эти дни активно участвуют в различных мероприятиях. В Тувинской АССР в честь 20-летия Победы в Великой Отечественной войне проводятся различные мероприятия. В честь этого события в стране проводятся различные мероприятия.



В Тувинской АССР в честь 20-летия Победы в Великой Отечественной войне проводятся различные мероприятия. В честь этого события в стране проводятся различные мероприятия.

В Тувинской АССР в честь 20-летия Победы в Великой Отечественной войне проводятся различные мероприятия. В честь этого события в стране проводятся различные мероприятия.



ТЫН

№ 1
 1975
 ТУВИНСКАЯ АССР
 ТУВИНСКИЕ ИЗВЕСТИЯ

ТЫВАНЫН ВАШТЫНЫНЫН БАЙЫНГА ЧЫБДЫН МАХДЫРЛАРЫН АДГАИП МАЙСТААН

Тынын - баштынынын байынга чыбдын махдырларын адгаип майстан. Тувинские известия.



Тувинские известия. Тувинские известия. Тувинские известия. Тувинские известия.

Илл. Примеры публикаций в тувинских газетах (окончание)

Олег Сидоров

**МЕДИА ПОЛИЭТНИЧНОГО РЕГИОНА:
МЕЖЭТНИЧЕСКИЙ И ОБЩЕСТВЕННЫЙ ДИАЛОГ
В ЯКУТСКОЙ ПРЕССЕ**

В быстро меняющемся и глобализирующемся мире возрастает роль средств массовой информации (СМИ) как инструмента общественного, межэтнического диалога и диалога культур. Немаляважное значение имеют СМИ и как средство выражения и трансляции этнокультурной идентичности разных народов. Традиционные СМИ, несмотря на растущую роль новых медиа, все еще продолжают влиять на формирование массовых взглядов, представлений и установок людей, их социальную мобилизацию, в том числе и в сфере межэтнического взаимодействия.

По данным переписи 2010 года в Республике Саха проживают представители более 130 этнических групп. Общая численность населения республики составляет 958528 человек. Национальный состав: 49,91% якуты (саха), русских – 37,84%, эвенков – 2,25%, украинцев – 2,18%, эвенов – 1,61% и других национальностей – 6,21%. К «достаточно многочисленным этносам республики» относят представителей народов России, стран ближнего зарубежья и укоренившихся народов: татар – 0,87%, бурят – 0,75%, киргизов – 0,54%, армян – 0,39%, узбеков – 0,36%, таджиков – 0,29%, белорусов – 0,27%, азербайджанцев – 0,22%, башкир – 0,19%, корейцев – 0,15%, казахов – 0,14%, молдаван – 0,17%, мордва и немцев – по 0,16%, чувашей – 0,12%, ингушей и китайцев – по 0,10%. В этом списке также и коренные народы: долгане – 0,20% и юкагиры – 0,14%¹.

Представители большинства народов имеют свои национально-культурные общины. Так, по данным Департамента по

¹ Информационные материалы по межэтническим и межконфессиональным отношениям / Департамент по делам народов Респ. Саха (Якутия) / Сост. А.Б. Баянова, П.Н. Жондоров, А.А. Курчатова и др. Якутск: Компания «Дани Алмас», 2012. С. 120, 161.

делам народов РС (Я)¹ в 2014 году на территории республики функционировали 5 национально-культурных автономий, 13 казачьих обществ, 131 община малочисленных народов Севера, 140 религиозных организаций и 52 иных некоммерческих организаций, созданных по национально-культурному признаку. Большинство из них возникли еще в конце 80-х годов XX века и успешно работают на выполнение своей главной задачи – сохранение национальных языков, культуры, обычаев и традиций. Руководитель Департамента А.Е. Сергучев, выступая в ноябре 2014 года на межрегиональном этнофоруме «Диалог народов – диалог культур: межрегиональный аспект», отметил, как «примечательный» факт то, что «с момента своего создания по настоящее время они не замкнулись в рамках своих организаций, не ограничили свою деятельность только интересами своих членов ... Стали активно участвовать во всех общественно значимых политических и культурных мероприятиях, способствующих укреплению межнационального мира и развитию этнокультурного многообразия народов Якутии»². Следует добавить, что они также являются не только активными участниками, но и совместно учреджали Ассамблею народов Республики Саха (Якутия), ставшую прообразом Ассамблеи народов Российской Федерации.

Закономерен вопрос, насколько полно освещается в СМИ, сложившийся в республике межэтнический и общественный диалог? Есть ли газеты и журналы, отвечающие этому общественному запросу?

В республике, по данным Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Саха, на 12.02.2014 г. было зарегистрировано всего 346 СМИ. Из них 179 СМИ заявлены как

¹ Указом Главы Республики Саха (Якутия) Е.А. Борисова от 26 августа 2015 года, в целях осуществления межотраслевой координации по вопросам государственной национальной политики, усиления работы по противодействию экстремизму, Департамент по делам народов Республики Саха (Якутия) преобразован в Государственный комитет Республики Саха (Якутия) по национальной политике.

² Межрегиональный этнофорум «Диалог народов – диалог культур: межрегиональный аспект». Сборник докладов / Сост. С.С. Адамова, ред. Р.Е. Колодова. Якутск: РИО ДДН им. А.Е. Кулаковского, 2015. С. 5.

СМИ с якутским, 11 с эвенкийским, 8 с эвенским, 7 с юкагирским, 3 с долганским, 1 с чукотским языком издания. Часть этих изданий выходит в улусах (районах) республики или же это улусные газеты. В Республике Саха (Якутия) традиционно поддерживаются республиканские издания, посвященные культуре, языкам народов Севера. Это литературный журнал «Розовая чайка» (издавался в 1990–2000-е годы), газета «Илкэн», выходящая и поныне.

Ситуация, которая существует сегодня в СМИ начала складываться в 1990-е годы. Я.Н. Засурский отмечал, что: «...в условиях гласности партия во главе с Горбачевым пыталась использовать средства массовой информации для изменения существующего порядка, для внедрения новых, демократических идей. Таким образом, хотя пресса была инструментальной, она стала инструментом перемен. Эта модель прессы как инструмента (агитатора, пропагандиста, организатора) действовала во благо переменам. Наступление перемен ознаменовал закон о печати, советский, а затем, российский. Свобода печати была провозглашена уже формально»¹.

Процессы демократизации и принятие Закона о печати изменили общественно-политическую ситуацию и в Якутии. Именно в эти годы приобретает актуальность расширение информационного и межкультурного обмена с зарубежными странами, между регионами РФ, разными этносами. Якутия не была исключением. Были установлены прямые связи со странами дальнего и ближнего зарубежья. Работа с общественными объединениями и поддержка народной дипломатии становятся одними из приоритетных направлений в политике руководства республики. Здесь следует подчеркнуть позитивную роль в этом процессе якутской интеллигенции и первого Президента Республики Саха (Якутия) М. Николаева, выпустившего в 1992 году книгу со знаменательным, программным названием «Выбираю свободу и человека»². СМИ Якутии становятся проводниками этой политики и площадкой для межэтнического и общественного диалога.

¹ Засурский Я.Н. Журналистика переходного периода: современные концепции и практика // Засурский Я.Н. Испытание свободой. Российская журналистика. 1990–2007. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. С. 28.

² Николаев М.Е. Выбираю свободу и человека. Якутск, 1992.

Патриотически настроенные творческие личности, в основном группировавшиеся вокруг писателей Софр. Данилова, Суоруна Омоллоона, Далана, Н. Лугинова, В. Харысхала, режиссера А. Борисова, художника А. Осипова, ученых Г. Башарина, А. Мординова, В. Ларионова, В. Иванова, Е. Алексеева, Е. Егорова, В. Алексеева, Е. Жиркова, У. Винокуровой, А. Оконешиковой, журналистов В. Кириллина, Д. Кустурова, И. Ушницкого, тогдашнего молодежного лидера и народного депутата Аф. Мигалкина и других, поддержали политику нового руководства республики и непосредственно повлияли на её основные направления. Многие из названных деятелей стали лидерами Союза общественных объединений и граждан «Саха омук». А. Борисов был избран президентом «Саха омук», а в сентябре 1990 года назначен министром культуры республики.

«Саха омук» был создан в июне 1990 года на учредительном съезде движения. В историческом отношении «Саха омук» являлся продолжателем традиций одноименного культурно-просветительского общества, основанного якутской интеллигенцией еще в 1922 г. и закрытого в 1928 г. В Союз «Саха омук» вступили коллективные члены – общественные объединения, созданные ранее, в 1987–1990-е годы: Ассоциация мастеров народного творчества, Ассоциация народных медиков, Ассоциация «Литератор Якутии», общества «Саха кэскилэ», «Саха тыла», «Осуохай», проблемная лаборатория по возрождению национальных школ и др. Филиалы «Саха омук» создавались в районах республики, в Красноярском, Хабаровском краях. Один из руководителей Союза В. Николаев подчеркивал: *«В своей деятельности наш союз проводит политику, придерживаясь следующих основных принципов: суверенитет – основа для самоопределения коренных наций и представителей других народов; отсутствие конфронтации; созидательная направленность; опора на культуру; надежда на собственные силы»*¹.

Этнокультурное информационное пространство стало формироваться с появлением в 1990 году газеты «Тускул», выпускавшейся в 1990–1991 годах Союзом «Саха омук» как «газета в газете» внутри республиканской партийной газеты «Кыым», а с мая

¹ Николаев В. Союз «Саха омук». Илин. 1991, № 1.

1991 года – историко-географическим и культурологическим журналом «Илин», а также газетой «Сахаада», некоторыми радио- и телепередачами государственной республиканской телерадиокомпании. Соучредителями журнала «Илин» выступили Союз общественных объединений и граждан «Саха омук» и Министерство культуры Якутской-Саха ССР. Журнал «Илин» издается по сегодняшний день (учредители: Автономная некоммерческая организация «Редакция журнала «Илин» и Национальный фонд возрождения «Баргарыы» при Главе Республики Саха (Якутия)). Созвучное идее журнала название «Илин» – многозначное слово. В переводе на русский означает не только сторону света – восток, но и направление движения – вперед. А корень слова «ил» – древнетюркское слово – объединение, народ, государство, а еще в древности, по одной из версий, так называли реку Лена. Подтверждение верного выбора редакция нашла в стихотворении казахского поэта Олжаса Сулейменова, посвященного слову «ил». Этим стихотворением «Рассматривая карту Земли...» открылся номер журнала за 1992 год.

Заметим, что газета «Сахаада» (учредители: Якутский республиканский комитет ленинского коммунистического союза молодежи (ЛКСМ) РСФСР и трудовой коллектив редакции), заявив о себе как издание, выдвигающее в первую очередь вопросы этнического развития, постепенно все больше и больше политизировалась.

«Илин» с самых первых номеров заявил о себе как продолжатель идей журнала «Саха сангата», издававшегося в 1912–1913 годах. В журнале «Илин» в № 2 за 1997 год была помещена небольшая статья, посвященная 85-летию выхода первого номера журнала «Саха сангата». Журнал «Саха сангата» имел рубрику «Омук ологуттан», где печатались не только новости с дальних стран, но и материалы освещающие повседневную жизнь, культуру и языки этих стран. В 1990-х журнал «Илин» продолжил эту традицию. На якутском языке была открыта рубрика с тем же названием, а потом появилась рубрика «Окно в Азию». О журнале «Саха сангата» в 1913 году отозвалась современная ему сибирская печать. По выражению рецензента, «... народное творчество якутов изумляет своей художественностью, богатством слов и выражений. В настоящее

время некоторые явления жизни этого народа указывают на пробуждение национального самосознания. ... Идея объединения жила в сознании лучшей части якутского общества. Найти связующее звено для такого объединения – такова была задача якутской интеллигенции, а таковым может быть только постоянный периодический орган печати при разбросанности малочисленной интеллигенции»¹.

В 1990-е годы происходит возрождение идей якутской интеллигенции конца XIX-начала XX века, периода в истории Якутии, определяемого как этнический ренессанс. Но жизнь не стоит на месте, многое изменилось и в самой республике. Расширился этнический состав населения, повысилась образованность и соответственно – запросы читателей, на которые в 1990-е годы повлияли объявленная свобода слова, открытие ранее «запрещенных» тем, возвращение эмигрантской и самиздатовской литературы и т.д.

Какими должны быть медиа полиэтнического региона? Этот вопрос стоял не только перед государственными структурами, но и перед журналистским сообществом. Новая политика нуждалась в новых медиа. Толерантность не возникает на пустом месте. На медиасистему в первую очередь влияет сложившаяся обстановка в обществе, так же как и сами СМИ участвуют в конструировании окружающей действительности, эмоционально воздействуя на читателей, зрителей и слушателей. Это, образно говоря, взаимовлияющие сосуды.

«Илин» с самого первого номера не был только изданием для якутских читателей или «органом» Союза «Саха омук», по той терминологии, которая существовала в СССР. Он был журналом, демонстрирующим открытость и мультикультурность. Первые номера журнала издавались только на русском языке. Материалы на якутском языке с осени 1991 г. печатались как специальное приложение журнала «Илин» в газете «Сахаада». Двухязычие журнала было продиктовано интересами, в том числе и читателей, не знающих якутского языка. Журнал позиционировал себя как площадка для общественного диалога, диалога культур.

¹ И.К-вь. «Якутская речь» // Сибирская жизнь. 1913. 5 февраля.

Закономерно, что в первый номер журнала вошли такие материалы как: «О просвещении. Якутский край. 1907», «Рассекреченные документы. Речь П.В. Ксенофонтова. 1927 год», статьи: «Катехизис» на якутском языке» Е. Шишигина, «Национальная память» У. Винокуровой, фрагменты работ Алексея Кулаковского «Сверхъестественные существа», Карла Ясперса «Будущий мировой порядок» и другие. Опубликованная в этом номере выдержка из «Корана», кроме информационной, ставила своей целью ознакомление якутского читателя, в основной массе не знакомого с «Кораном», с главной священной книгой мусульман, памятником мировой литературы. Вспомним пушкинское: «Читал я сладостный Коран...». Были опубликованы две первые суры (главы). Другой важной идеей виделось воспитание в читателях толерантного восприятия других религий, умения понимать другие культуры через публикацию религиозных текстов и освещение конфессиональной ситуации. Таким образом, № 1 журнала состоял из материалов, касающихся культурной, духовной и религиозной жизни, «белых пятен» истории, концептуальных вопросов развития современного общества. В первом номере журнала были определены и заданы тематические направления.

В статье «Национальная память» автор У. Винокурова, характеризуя негативные стороны политики советских властей по отношению к народам СССР, отмечает, что «пробуждающееся национальное самосознание нуждается, прежде всего, в реконструкции национальной памяти народа. Национальную память можно определить, как способность этнических общностей и каждого представителя этноса сохранять и воспроизводить информацию о межнациональных взаимодействиях с другими этносами и об этнической истории своего народа». Завершая свою работу, автор приходит к заключению, что «в настоящее время якутский народ испытывает сильную потребность в восстановлении национальной памяти, в объективной реконструкции своей истории, реставрации утраченных ценностей. Он озабочен поиском путей самобытного этнического развития в многонациональной среде обитания»¹.

¹ Винокурова У. Национальная память // Илин. 1991. С. 22–23.

Здесь уместно отметить, что проведенный контент-анализ материалов газеты «Тускул» и журнала «Илин» (за период с 28.08.1990 г. по август 1991 г.), освещающих процессы этнокультурного возрождения, вопросов истории и этнической культуры показал, что в материалах изданий предложения с упоминанием искомым слов несут нейтральный (нейтрально-информационный) и позитивный характер¹. Объектом исследования стали следующие слова: саха (якут, якуты), саха омук (якутский народ), суверенитет, возрождение, история, культура. Необходимо отметить, что практическое отсутствие отрицательного значения в опубликованных материалах говорит о том, что издания пишут на темы, которые являются приоритетными и целевыми для их учредителя и несут просветительский характер. И деятельность этих изданий не направлена на противопоставление своей позиции другим позициям и мнениям, организациям и властным структурам. Также следует отметить толерантное отношение к другим мнениям и позициям, культуре и истории страны и других народов.

Редакция журнала видела свою задачу в посильном участии в обеспечении сохранения культуры прошлого, в способствовании новаторству и обновлению культуры, в налаживании взаимодействия и взаимопонимания между различными культурными группами. Это было время, когда важно было понять и показать преемственность культуры, связь настоящего с прошлым, с теми традициями и достижениями якутского общества, о которых само общество не знало в полном объеме.

После годичного перерыва совмещенный номер журнала за 1993–1994 годы вышел с якутскими текстами. И это был практически отдельный номер, в который вошли 7 материалов. Основное место заняли статья З. Петуховой «Сесен Аржаков и “План о якутах”», а также перевод фрагмента из Нового завета, выполненный М. Алексеевой. Следует заметить, что двуязычие было в

¹ Сидоров О.Г. Особенности формирования этнокультурного информационного пространства Якутии в 1990-х годах // Вестник КазНУ. Серия журналистики. Алматы: Казахский национальный университет имени аль-Фараби, 2014. № 2 (36).

якутской издательской традиции. Например, «Якутские епархиальные ведомости», начиная с 1893 г., публиковали проповеди и статьи на темы нравственности на якутском языке. В 1907–1909 годах в Якутске издавались замечательные образцы двуязычия в истории печати Сибири, да и всей России – газеты «Якутский край» – «Саха дойдута» и «Якутская жизнь» – «Саха олого».

Двуязычие журнала «Илин» – это своего рода наглядный пример реализации диалога культур. Эта особенность журнала, с одной стороны, способствует популяризации якутского языка, с другой стороны, содействует укреплению межнационального мира и согласия через ознакомление с историей и культурой саха представителей других народов, населяющих республику. Тут следует уточнить важный момент полиграфического решения двуязычия: журнал верстается с одной стороны – на русском, а с другой – на якутском языках. Двусторонняя обложка – демонстрирует равноправие двух государственных языков, и является практической иллюстрацией или символом исторически сложившегося двуязычия народа саха. Здесь также визуально отражено восприятие современной культуры как диалога культур, в данном конкретном случае – якутской и русской. Следует заметить, что обложки журнала стали своего рода ярким явлением и новым словом в искусстве оформления печатной продукции в якутской полиграфии.

В журнале нашли отражение идеи «Саха омум» о межнациональном мире и культурном взаимодействии, процессы и политика в области межэтнического взаимодействия. Были выпущены специальные номера с представлением национально-культурных общин, эти материалы несли в себе функции не только информационно-справочные, но и познавательные, культурные. Начало этому положил № 2 журнала за 2002 год, поддержанный тогдашним руководителем Департамента по делам народов и федеративным отношениям РС(Я) Аф. Мигалкиным. Этот номер журнала был посвящен 370-летию вхождения Якутии в состав Российского государства. Сотрудничество между редакцией и государственным органом началось с подписания договора о выпуске общественно-политического и научно-популярного журнала «Республика Саха: современность и перспективы». В течение 10 лет

было выпущено 10 специальных номеров журнала «Илин», освещающих различные аспекты деятельности Департамента и Ассамблеи народов Республики Саха и множество статей.

В 2002 году № 3 журнала был посвящен народам Севера. Были опубликованы материалы, ставящие острые проблемы: статья президента Ассоциации коренных малочисленных народов Севера Республики Саха (Якутия), кандидата социологических наук А. Кривошапкина «Сила народов Севера – в их высокой духовности», интервью с директором Института проблем малочисленных народов Севера СО РАН, доктором филологических наук В. Роббеком «Мир не должен допустить исчезновения народов».

А. Кривошапкин, поднимая проблему «разрушения духовного богатства народов Севера», выражает тревогу по поводу *«полного исчезновения с нашего обихода такого ценного, невосполнимого атрибута духовности, как эпистолярное наследие. Современные люди разучились писать обыкновенные письма. Эпистолярное наследие – это ни с чем не сравнимый пласт культуры, который нуждается в бережном к нему отношении. Вчитайтесь в великолепные, глубокие, искренние письма философов, ученых, писателей прошлых столетий. Сколько в них мыслей и энергии, глубины и правды – потрясающе, убедительно, удивительно глубоко! XXI век, к горькому сожалению, станет веком свертывания эпистолярного жанра»*.

В. Роббек, отвечая на вопрос журналиста С. Барабановой: ощущает ли сегодня Север внимание Центра, замечает весьма критически, но точно: *«Местами отношение Центра к проблемам Севера несправедливо. В первую очередь, это объем инвестиций. Отсутствие транспортных артерий, железной дороги, развал Северного морского пути, речного транспорта и северной авиации – все требует серьезных финансовых вложений. В прошлом году из федерального бюджета всему Северу России было выделено немногим более 3 млрд рублей. В то время как один только Татарстан получил 12 млрд. Сейчас перед Россией стоит судьбоносная дилемма: быть или не быть Северу? Действительно, поднять экономику Севера – задача не одного-двух лет. Это потребует огромных инвестиций. Но ведь развивающийся Север нужен не только нам, он нужен России»*.

Размышляя о сохранении и развитии традиционных видов хозяйственной деятельности, он обостряет проблему: «Малочисленные народы оказались за чертой бедности. Не только в нашей республике, но и по всей России. В чем причина? Оленеводство, охота и рыболовство – вот то, на чем Север держался всегда. Сотни, тысячи лет. В 1990 году Россия была ведущей оленеводческой державой мира, имея 2,260 миллиона оленей. Сегодня же последних насчитывается всего 1,145 миллиона голов. В Якутии было 361 тысяча оленей, сейчас осталось их 143 тысячи. На сегодняшний день очень сложно сохранить оленей. Во-первых, из-за отсутствия условий для кочевья. Нет даже нормального, добротного палаточного материала. То, что сейчас продают, невозможно использовать при пятидесятиградусном морозе. И, во-вторых, одолели волки. По данным последних лет – их уже 30 тысяч. Сейчас они ничего и никого не боятся. А для борьбы с волками у оленевода нет лишних денег, сил и средств».

Руководитель Департамента по делам народов и федеративным отношениям РС(Я) Аф. Мигалкин в статье «Государственная политика, направленная на созидание» констатирует: «Социально-экономический кризис общества породил угрозу исчезновения языков, культур, традиционных навыков северных малочисленных этносов» и видит пути выхода в создании благоприятных условий и помощи конкретному человеку. Он отмечает роль Ассоциации коренных малочисленных народов Севера *«в качестве цементирующей силы в сплочении усилий других известных в республике общественно-политических, научных и хозяйственных структур коренных северян»*.

Специальный номер журнала ставил целью объективно осветить проблемы и вопросы, волнующие северян, рассказать о потерях и достижениях.

Совершенно по другой концепции был подготовлен № 1 журнала за 2003 год, посвященный III Ассамблее народов Республики Саха (Якутия), который состоялся 26–27 апреля 2003 года. В журнале были представлены все национально-культурные объединения республики. В краткой информации указывались дата образования объединения, информация о проводимой работе и т.д.

Эта же концепция подачи материала об объединениях, но расширенная, сохранилась и в № 1–2 журнала за 2007 г. Он был посвящен Конгрессу народов России, проходившему в Якутске 21–

24 июня 2007 года. Были представлены организации от «Общественного объединения «Секция русских арктических старожилов Ассоциации коренных малочисленных народов Севера» до Общественной организации «Курдо-езидская община г. Якутска» с указанием не только общей численности представителей этого этноса в Якутии, но была помещена и общая информация о народе.

Были составлены своего рода «паспорта». Например, страничка, посвященная украинскому землячеству: «УКРАИНЦЫ. В Республике Саха (Якутия) проживает 34 633 чел.(2002) ... Украинцы (самоназв.) – основное население Украины (37,5 млн. чел., 2001). В мире насчитывается свыше 47 миллионов украинцев. Крупные диаспоры имеются в США (1,5 млн. чел.), Канаде (1,3), Польше (0,3), Молдавии (0,28), Белоруссии (0,2), Словакии (0,24), Аргентине (0,2), Бразилии (0,2). В Российской Федерации, согласно переписи населения 2002 г., – 2,9 млн. украинцев. Территориями компактного их проживания являются г. Москва (253,6 тыс. чел.), Тюменская обл. (211,4 тыс.), Московская обл. (147,8), Краснодарский край (131,8 тыс.), Ростовская обл. (118,5 тыс. чел.). ... Затем уже размещалась небольшая статья о деятельности Украинского общественно-культурного землячества им. Т.Г. Шевченко «Криниця».

В интервью журналу интересные суждения были высказаны доктором философских наук, профессором, Р. Абдулатиповым, бывшим в то время Чрезвычайным и Полномочным послом Российской Федерации в Республике Таджикистан и Председателем Совета Ассамблеи народов России¹. Его мнение остается актуальным и ныне, учитывая, что он возглавляет один из сложных в межэтническом отношении регионов как Республика Дагестан.

«Уважаемый Рамазан Гаджимурадович, как Вы оцениваете состояние межнациональных отношений в Российской Федерации?»

– Состояние переходное – между дружбой и ненавистью, злом и добродетелью, культурой и бескультурьем, совестью и бессовестностью. И все зависит от того, на какой вектор мы сможем их вывести. Пока созидатели в меньшинстве. Ассамблея народов

¹ Абдулатипов Р. «Духовное единство – это понимание, приятие друг друга, сотворчество культур...» // Илин. 2007. № 1–2.

России работает на дружбу и созидание. И у нас много единомышленников.

– *В чем Вам видится духовное единство народов России?*

– Духовное единство – это понимание, приятие друг друга, сотрудничество культур, заимствование и поиск общих ценностей, общего миропонимания. Конфликта культур у нас нет, но есть политика пренебрежения к культуре других. Нельзя в XXI веке делить народы и людей на цивилизованных и не очень. Мы – граждане единой страны. Это часть нашей духовности, культуры.

– *Чего следует опасаться в межнациональных отношениях в такой стране как наша Российская Федерация?*

– Недопонимания, невнимательности, неуважения. Каждый человек – это суверенный мир, тем более – народ. Но живут они за счет своей открытости и творчества. Все они самобытны и талантливы. И это главное. И недопустимо их пачкать грязью национализма, нацизма.

– *Как Вы оцениваете поддержку со стороны Российского государства национальных культур, традиций, фольклора и языка народов России?*

– На федеральном уровне – минимальная. На поддержку литературы, издание газет на национальных языках выделяется 9 млн. рублей в год. На местах поддержка есть, но недостаточная. Некоторые думают, что ассимиляция и отказ людей от своей родовой культуры – благо. Это заблуждение, ибо родовая культура – основа духовности человека.

– *Как, на Ваш взгляд, повлияли процессы глобализации на состояние национальных культур и языков в России?*

– Сохранение своей идентичности – проблема глобальная для народов и индивидов. Глобализация угрожает малым странам и культурам. Нужны механизмы сохранения родовых начал в народе, в человеке. Иначе будут конфликты. Надо принимать меры, чтобы XXI век не стал веком войн малочисленных народов за свое самосохранение».

Р. Абдулатипов обозначил не только существующие проблемы, но затронул и глобальные, концептуальные вопросы.

Каково же было в тот период межэтническое состояние в самой Саха республике? На этот вопрос был дан ответ в информации, подготовленной специально для номера журнала Ассамблей народов Якутии. В ней говорилось, что «Социологические

исследования последних пяти лет показывают стабильную положительную динамику оценок межэтнической ситуации как в целом по республике, так и в трудовых коллективах, в быту и повседневном общении. Более 80% населения оценивают межэтнические отношения в республике как благоприятные»¹. Здесь же была приведена диаграмма, показывающая динамику оценки.



Бесспорно, что средства массовой информации – мощная сила воздействия на сознание людей, средство оперативного донесения информации, наиболее эффективное средство влияния на эмоции человека, способное убеждать аудиторию, своего потребителя – читателя, наилучшим образом. В то же время, в рассматриваемый период появляются издания, что мы видим на примере журнала «Илин», которые не только отражают состояние культуры, но и сами становятся показателями культурного уровня развития общества. Общественно-политические процессы, потребность в духовных ориентирах потребовали от СМИ четко выдержанного направления, т.е. серьезно разработанной, целостной системы взглядов и появления новых типов периодики, более подробно освещающих эти сферы деятельности и влияющих, в частности, на формирование мировоззрения наиболее активной части общества.

¹ В семье единой // Илин. 2007. № 1–2. С. 15.

К задачам медиа полиэтнического региона в сфере межэтнического, общественного диалога и в области социально-культурной и духовной сфер развития народов можно отнести:

- публикацию материалов, раскрывающих основополагающие принципы национально-культурного развития каждого народа и всего сообщества российских народов в современных условиях.

- осознание каждым народом уникальности своего многовекового культурного наследия и необходимости реализации его потенциала на благо всего Отечества, сохранение и оздоровление социокультурной и экологической среды обитания этноса и человека, свобода выбора каждым народом своего самобытного пути в цивилизационно-культурном процессе;

- ориентацию на культурное сотворчество народов, воспитание граждан страны в духе уважения других культур мира, в духе сотрудничества и созидания;

- передачу новым поколениям традиционных ценностей;

- мобилизацию национального самосознания перед лицом «угрозы» глобализации и масс-культуры.

- поддержка СМИ требуется также для сохранения и развития культурных ценностей малочисленных народов.

Таким образом, можно констатировать, что пресса в постсоветский период, в частности журнал «Илин», сыграла важную роль в формировании национальных культурно-духовных ценностей общества современной Якутии. Пресса участвовала в процессе культурно-исторического и духовно-нравственного просвещения, возрождения культурно-исторических традиций. Как общественная трибуна, она сыграла просветительскую, объединяющую роль, внесла вклад в распространение культурных ценностей, формирование нравственных идеалов.

Театральный критик, писатель, главный редактор журнала «Иные берега» Н. Старосельская рассматривала журнал «Илин» как средство формирования национальной идентичности: «Роль “Илина” подлинно просветительская. Здесь всегда найдут материалы для чтения и глубокого осмысления те, кто интересуется историей, политикой, философией, этнографией и, конечно, культурой в самом широком значении этого слова. Но и те, кто лишь начинает

приобщаться к истинно духовной, полнокровной жизни, получают на страницах «Илина» ненавязчивые, но точные ориентиры. ... Читатели этого журнала регулярно имеют возможность знакомиться с историческими документами и литературными произведениями якутских авторов, которые на протяжении долгих десятилетий находились под запретом. Нужно ли это молодому читателю? Для редакции журнала «Илин» подобного вопроса просто не существует. И сегодня, в то время, когда многие столичные издания озабочены лишь адаптированием, составлением дайджестов для завлечения новых читателей, публикацией явно «облегченного» чтива, «Илин» занят формированием национального самосознания, осознанием своего места в большом и непростом мире»¹.

В конце 1990-х – начале 2000-х годов появление электронных ресурсов расширили возможности этнической прессы с просветительскими задачами. Появляются первые интернет-ресурсы на якутском языке. В результате поиска путей вовлечения читателя в формирование единого информационного пространства рождаются новые формы работы. «Илин» ищет новые формы работы с авторами и читателями, практикует выпуск тематических приложений и специальных номеров, например, посвященный якутскому национальному эпосу «Олонхо» или шаманизму. К ним можно отнести создание «Клуба друзей журнала «Илин» и выход в 1999–2000 гг. в сети Интернет электронной версии журнала по адресу www.ilin-yakutsk.narod.ru с зеркалом на сайте «Саха диаспора». Зеркало сайта размещено на портале www.sakhaopenworld.org. Сайт сделан «звучащим», музыкальным. На нем можно послушать записи фестиваля якутской рок-музыки «Табык», о котором неоднократно рассказывалось в самом журнале и в приложениях. В разные годы выпускались приложения: газеты и журналы, телепередача «Илин-ТВ», фактически в 1990-х годах, это был прообраз конвергентной журналистики.

Следует заметить, что большинство электронных интернет-ресурсов, появившихся в Якутии в 2000-х, этнически нейтральны. Появляются специализированные ресурсы, такие как «SakhaTyta.ru» –

¹ Старосельская Н. Идея безыдейного времени // Курьер ЮНЕСКО. 2001. Июнь.

электронный якутский словарь с функциями перевода и др. Или рубрика «Аар айыы итэгэл» на сайте «SakhaLife.ru». Разработана и выпущена на якутском языке «Sah.wikipedia.org».

В 1990-е годы информационное пространство Якутии изменилось неузнаваемо и приобрело признаки, более соответствующие современному общественному состоянию. «Илин» сыграл положительную роль в создании и развитии этнокультурного информационного пространства Республики Саха (Якутия) и в последующее десятилетие, после событий августа 1991 года (распад СССР) и по 2000-е годы. Произошедшая культурная трансформация нашла отражение в материалах журнала «Илин». В Республике Саха (Якутия), являющейся полиэтническим регионом, «Илин» продолжает играть роль общественной площадки для взаимодействия и диалога национально-культурных объединений республики.

Для народов Якутии и для всех, кто интересуется саха, журнал «Илин» остается своеобразным мостом, соединяющим и сближающим культуры. Развивая идеи проф. Р. Овсепяна, О.Якимов в статье, опубликованной в журнале «Илин», резюмирует: «Роль этнической журналистики видится в том, чтобы через культуру помочь этносу не только сохранить и приумножить национальную культуру, традиции, нравственные ценности, но и осмыслить свое место в современном мире. Она представляет также возможность любому этносу познать другие народы, живущие бок о бок и в других регионах, их традиции, обычаи, религию, культуру, способствуя тем самым сближению народов и их взаимопониманию»¹.

Литература

Информационные материалы по межэтническим и межконфессиональным отношениям / Департамент по делам народов Респ. Саха (Якутия). Сост. А.Б. Баянова, П.Н. Жондоров, А.А. Курчатова и др. Якутск: Компания «Дани Алмас», 2012.

Межрегиональный этнофорум «Диалог народов – диалог культур: межрегиональный аспект» // Сборник докладов / Сост. С.С. Адамова, редактор Р.Е. Колосова. Якутск: РИО ДДН им. А.Е. Кулаковского, 2015.

¹ Якимов О.Д. Этническая журналистика как явление глобализации // Илин. 2014. № 3–4. С. 6.

Засурский Я.Н. Журналистика переходного периода: современные концепции и практика // Засурский Я.Н. Испытание свободой. Российская журналистика. 1990–2007. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007.

Николаев М.Е. Выбираю свободу и человека. Якутск, 1992.

Николаев В. Союз «Саха омук» // Илин. 1991. № 1.

И. К-вь. «Якутская речь» // Сибирская жизнь. 1913. 5 февраля.

Винокурова У. Национальная память // Илин. 1991.

Сидоров О.Г. Особенности формирования этнокультурного информационного пространства Якутии в 1990-х годах // Вестник КазНУ. Серия журналистики – Алматы: Казахский национальный университет имени аль-Фараби. № 2 (36). 2014.

Абдулатипов Р. «Духовное единство – это понимание, приятие друг друга, сотворчество культур...» // Илин. 2007. № 1–2.

В семье единой // Илин. 2007. № 1–2.

Старосельская Н. Идея безыдейного времени // Курьер ЮНЕСКО. 2001. Июнь.

Якимов О.Д. Этническая журналистика как явление глобализации // Илин. 2014. № 3–4.

Светлана Распопова

СМИ ПРИДНЕСТРОВЬЯ: ОПЫТ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Вряд ли подлежит сомнению утверждение, что в современном информационном обществе существенно возросла роль СМИ. Кроме того, сложно не согласиться со словами Р.П. Овсепяна, что полиэтничное общество сегодня находится в постоянном движении, в постоянном воздействии на него интеграционных процессов, глобализации, неуклонного роста национального самосознания, миграционных процессов. Неслучайно журналистика полиэтничного общества занята сегодня поиском путей консенсуса в многонациональных отношениях, выступает как фактор их оптимизации, как активное средство преодоления нерешенных социальных проблем¹.

Как известно, одной из приоритетных задач как редакций средств массовой информации, так и ученых различных сфер науки является изучение степени удовлетворенности духовных, культурно-образовательных потребностей различных социальных групп. Наиболее важным критерием и универсальным показателем является способность СМИ влиять на поддержание (сохранение) этнокультурного баланса в полиэтничном, поликультурном обществе. Таким образом, одной из главных целей информационной политики редакции становится формирование навыков исторического, этнорегионального мышления, пропаганда ценностей, традиций, символов, истории и культуры, образа жизни многонационального народа.

Приднестровские СМИ функционируют в уникальных реалиях постсоветского пространства. Особую специфичность государственности² Приднестровья придает исторически сложившаяся полиэтничность региона. В Приднестровской Молдавской

¹ Овсепян Р.П. Есть такая профессия – журналист. // Журналист в этническом социуме. М., 2013. С. 6.

² 2 сентября 2015 года Приднестровская Молдавская Республика широко от-

Республике издавна живут люди разных национальностей, звучат разные языки. В связи с этим одной из приоритетных функций СМИ Приднестровья является воздействие на этническое сознание национальных групп населения с целью формирования межэтнических отношений, способствующих межнациональному диалогу и суверенной государственности, интеграции этнокультурных групп. Использование трех официальных языков (русского, молдавского, украинского), а также всестороннее освещение жизни приднестровского народа, его культуры, истории – важная особенность приднестровского информационного пространства.

Приднестровское информационно-культурное пространство представляет собой сложный комплекс систем накопления и распространения информации об истории и современном состоянии республики и ее многонационального народа, о профессиональном и любительском искусстве, народном творчестве, нравственных идеалах и ценностях, традициях и символах.

История периодической печати Приднестровья тесно связана с традициями российской культуры, началом политической истории края¹. В Приднестровье уже в 1920–30 гг. *выходили издания на русском, молдавском, украинском языках*. Так, наряду с российскими изданиями «Правда», «Известия ВЦИК», «Беднота» и другими, в Тирасполе распространялись местные газеты «Известия», «Рабоче-крестьянская молодежь», «Окно сатиры», «Тирукроста» (на украинском языке). В г. Балте выпускались газеты «Вість» (на украинском языке), «Червоне село» (на украинском языке), «Плуг и молот». В г. Ананьеве – «Известия», «Молодой коммунар». В 1924 г. вышел первый номер газеты «Плугарул Рош» («Красный пахарь») – родоначальницы советской молдавской прессы. Затем появились другие молдавские газеты – «Друмул Социалист», «Офенсива Социалистэ», «Колектив Приднестрян»².

метила 25-летие. Все эти годы республика живет в сложных социально-экономических условиях, связанных с непризнанием мировым сообществом права на самоопределение государства.

¹ См. подробнее: История Приднестровской Молдавской Республики. Т. 1. Тирасполь, 2001.

² Там же. С. 17.

Большое значение в МАССР придавалось фабрично-заводским газетам, играющим важную роль в подъеме производства и становлении нового быта¹.

В 1920–1930 гг. в МАССР получили развитие кино и радио. С вступлением в строй в 1931 г. Тираспольского радиоцентра началось регулярное республиканское и местное радиовещание. К 1940 году все города, поселки городского типа, районные центры и часть сел МАССР были радиофицированы².

С 1940 г. в советской Молдавии, куда входило и Приднестровье, создавалась система периодики как на русском, так и на молдавском языках. В указанный период на территории Левобережного Приднестровья выходили следующие издания: «Драпелул Бируйнцей» (на молдавском языке, г. Дубоссары), «Сельская новь» (г. Слободзея), «Дружба» (г. Григориополь), «Красное знамя» (г. Тирасполь), «Победа» (г. Бендеры), «Днестр» (пос. Каменка), «Драпелул Ленинист» (на молдавском языке, г. Рыбница)³.

В советский период в Приднестровье сложилась типологически многообразная структура средств массовой информации. Она ориентировалась на различные группы населения, в том числе, и этнические. Ее издателями были партийные органы и советы народных депутатов. Периодические издания, программы местного радиовещания в районах и городах Приднестровья выходили на русском и молдавском языках⁴.

Деструктивные процессы ярко проявились в 1989 г., когда социологи отметили рост напряженности в межэтнических отношениях в МССР. Ухудшение этих отношений предсказывали опрошенные граждане Молдавии: 38% русских, 36% евреев, 25% молдаван. С усугублением ситуации становились все более замет-

¹ См. подробнее: Стратиевский К.В. Социалистическая реконструкция и развитие промышленности и сельского хозяйства МАССР (1926–1937 гг.). Кишинев, 1974.

² Феномен Приднестровья. Тирасполь: РИО ПГУ, 2003. С. 66.

³ Распопова С.Л. Средства массовой информации Приднестровья: история, особенности функционирования, типология. Тирасполь, 2006. С. 22.

⁴ Кодряну Г. Днестровский разлом: приднестровский кризис и рождение ПМР. Роль и место спецслужб. Тирасполь, 2002. С. 90–91.

ными расхождения во мнениях между представителями различных национальностей. После принятия законов «О статусе государственного молдавского языка», «О функционировании языков на территории СССР» (1989 г.) на сессии Верховного Совета МССР, Объединенный совет трудовых коллективов Приднестровья начал выпуск газеты «Бастующий Тирасполь» для оперативного обеспечения граждан правдивой информацией о положении в городе.

К моменту провозглашения ПМР (2 сентября 1990 г.) каждая из административно-территориальных единиц Приднестровья имела свои городские (районные) СМИ. Кроме того, выходило значительное количество многотиражных газет, выпускаемых крупными хозяйствующими объектами.

Во время забастовок 1989 г. в защиту русского языка как второго государственного выступили «Бастующий Тирасполь», «Известия рабочего комитета г. Бендеры», «Хроника забастовки г. Рыбницы».

В 1989–1990 гг. в ряде территориальных единиц края сложилась специфическая ситуация: к примеру, городская газета выступала с позиций ПМР, а районная поддерживала центральные власти Молдовы. По мере укрепления приднестровских государственных структур органы печати, выступавшие на стороне властей Молдовы, либо прекращали свой выход, либо переносили свои базы на территорию, находящуюся под юрисдикцией Кишинева.

К началу военных действий между Кишиневом и Тирасполем, проходивших со 2 марта по 24 июля 1992 г., в ПМР активно функционировали СМИ, отстаивавшие идею приднестровской государственности. Для защиты «печатного слова» в октябре 1991 г. был образован организационный комитет по созданию Союза журналистов ПМР. В освещении молдо-приднестровского конфликта активное участие приняли российские журналисты.

Новые политические условия способствовали формированию нового типа журналистики, развитию альтернативных изданий новых партий, политических и общественных организаций.

Этнополитический конфликт на Днестре инициировал создание в Приднестровье ряда средств массовой информации, призванных привлечь внимание широкой общественности к событиям в регионе.

Весной 1992 г. начало вещание «Телевидение ПМР», главной задачей которого стал прорыв информационной блокады. В июле 1992 г. приступило к работе информационное агентство «Ольвия-пресс» (ныне «Новости Приднестровья»). Агентство было призвано расширить информационное поле, наладить связи с ведущими и авторитетными средствами массовой информации (в том числе электронными) в России, Украине, Белоруссии, других республиках СНГ, дальнем зарубежье.

Немногом ранее, во второй половине 1991 г., на базе Тираспольского радио было создано «Радио Приднестровья». На тот момент еще не было республиканских газет. Роль таковой с сентября 1990 г. по август 1994 г. исполняла газета «Днестровская правда» – орган Тираспольского горсовета народных депутатов. В 1994 г. были учреждены республиканские газеты «Приднестровье» (на русском языке), «Гомін» (на украинском языке), «Адевэрул Нистрян» (на молдавском языке), информировавшие население о политике государства, главных событиях в регионе и насущных проблемах молодой республики.

На первых этапах своего развития приднестровские СМИ не обладали ни достаточными техническими возможностями, ни профессиональными кадрами. Однако уже к 2000 г. в республике выпускалось 7 республиканских, 5 городских, 3 районных газеты. На медиарынке появились 12 журналов, свыше 30 наименований тематических изданий научного, художественного, экономического и информационного характера, 3 частных, 4 рекламных газеты. В 1993 г. в Приднестровском государственном университете была создана кафедра журналистики для подготовки кадров для создаваемой системы СМИ Республики. К 2015 году образование по специальности «Журналистика» получили более 250 человек, которые работают в различных СМИ Приднестровья и за рубежом.

В Приднестровье, наряду с изданиями, выходящими на русском языке, широко печатается периодика на молдавском и украинском языках. В структуру современной печати Приднестровья входит периодика, предназначенная для широкого круга читателей и различающаяся по тематике и адресности: общественно-политические издания универсального содержания, специализированная пресса и рекламно-информационная периодика. Каждое

структурное звено системы периодической печати имеет свои особенности, цели и задачи.

Самую значимую группу газетно-журнальной периодики Приднестровья составляют издания, учредителями которых являются государственные органы. К этой группе относятся издания, финансируемые из республиканского и местного бюджетов ПМР: республиканские газеты «Приднестровье», «Адевэрул Нистрян», «Гомін», издания городских и поселковых Советов народных депутатов (госадминистраций) и трудовых коллективов редакций «Днестровская правда» (Тирасполь), «Новое время» (Бендеры), «Новости» (Рыбница), «Заря Приднестровья» (Дубоссары), «Днестр» (Каменка), «Дружба» (Григориополь), «Слободзейские вести» (Слободзея), газеты и журналы государственных предприятий и учреждений: газета «Приднестровский университет», журнал «Вестник Приднестровского университета» (ПГУ им. Т.Г. Шевченко), «Энергетик» (Днестровская ГРЭС), «Таможенные вести» (Государственный таможенный комитет ПМР), «Милиция Приднестровья» (МВД ПМР), журнал «Дипломатический вестник» (МИД ПМР) и др.

СМИ такого рода предоставляют аудитории необходимую информацию о жизни города, района, предприятия, рассказывают о знакомых людях, культурной местной жизни и т.п. Городские и районные газеты, стремясь к завоеванию читательской аудитории, обращаются к рубрикам и публикациям, вызывающим интерес в сферах общественной, социально-экономической и культурной жизни. В тематике городских и районных газет заметное место занимают материалы, посвященные вопросам истории и этнографии края («Как это было», «Из истории края»).

Республиканская печать представлена изданиями на трех официальных языках: русском («Приднестровье»), украинском («Гомін»), молдавском («Адевэрул Нистрян»). Эти издания рассчитаны на различные национальные группы, проживающие на территории республики. В 2010 г. все три издания были объединены в ГУ «Приднестровская газета». Таким образом, газеты финансируются из одного бюджета. Штат газет (относительно небольшой для центральных республиканских газет) составляют как профессионалы с опытом работы, так и начинающие журна-

листы – выпускники кафедры журналистики ПГУ им. Т.Г. Шевченко. В настоящее время в республиканских изданиях наблюдается поиск лучшего формата и пересмотр «повестки дня». Этот процесс начался с 2012 года с приходом к власти нового руководства ПМР.

С 2014 года в составе ГУ «Приднестровская газета» начало работу государственное информационное агентство «Вести ПМР», которое было зарегистрировано в качестве СМИ 2 июня 2014 года. Перед агентством учредителем – Президентом ПМР – были поставлены задачи по широкому освещению жизни республики не только в контексте деятельности органов государственной власти, но и событий общественной жизни во всех городах и населенных пунктах ПМР.

Большую роль в развитии государственной информационной политики играет Госслужба связи, информации и СМИ Приднестровья (с апреля 2015 года вошло в состав Министерства регионального развития, транспорта и связи ПМР). По словам заместителя начальника Госслужбы Инны Делевой, в 2014 году деятельность службы в сфере печатных изданий была направлена на повышение качества информационной среды и дальнейшее совершенствование организационно-правовой и кадровой составляющей работы газет, а также информагентств. Несмотря на сложную экономическую ситуацию в республике, усилиями редакции газеты и нового главного редактора «Адевэрул Нистрян» Сергея Санду был увеличен тираж издания почти в два раза¹.

До марта 2015 года газета «Приднестровье» – выходила 5 раз в неделю на русском языке тиражом около 4 000 экземпляров форматом В3, объемом – 2 п.л. Субботний номер выходил форматом А3, объемом – 3 п.л. Газета «Адевэрул Нистрян» – еженедельная газета на молдавском языке выходила в свет тиражом ок. 2500 экземпляров. «Гомін» – еженедельное издание на украинском языке тиражом 2 200 экземпляров. В связи сложной экономической ситуацией с 15 марта 2015 г. газета «Приднестровье» выходит в уменьшенном формате А3 из-за задолженности перед

¹ <http://svyaz.gospmr.ru/539-5-fevralya-sostoyalos-otkrytoe-zasedanie-kollegii-gosudarstvennoj-sluzhby-svyazi-informatsii-i-smi-pmr>.

типографией¹. Вместе с тем, замначальника профильной госслужбы Инна Делева особо подчеркивает: *«Газеты как информационная площадка необходимы государству. Издания на украинском и молдавском языках, которые выходят в свет в Приднестровье помимо русскоязычных изданий, это проявление трехъязычия, законодательно закрепленного в республике. Этого терять нельзя, печатные СМИ необходимо развивать и дальше»².*

Тиражи городских и районных газет невелики («Днестровская правда» – ок.1 300 экз., «Новое время» – тираж ок. 3 900 экз., «Новости» – ок.1 800 экз., «Заря Приднестровья» – ок. 3 500 экз., «Слободзейские вести» – ок.1 500 экз., «Дружба» – ок. 3 150 экземпляров, «Днестр» – ок.1 700 экз.), однако у местного населения они пользуются устойчивым спросом. Некоторые издания представлены на веб-страницах местной администрации или имеют собственные сайты. Редакционная политика данных газет не ограничивается еженедельным опубликованием информации о деятельности городской/районной администрации, решений и постановлений высшего руководства республики. В местной прессе активно публикуются материалы как социального, так и культурного характера.

Журналисты Приднестровья часто обращаются к темам, связанным с взаимодействием различных этносов и культур. Характер материалов ярко демонстрируют следующие лексемы и идеологемы, используемые в текстах печатных СМИ Приднестровья: *«Мэрцишор стал поистине международным, ярким, светлым, неповторимым и незабываемым праздником. Он многогранно продемонстрировал все культурное наследие не только народов Приднестровья, но и культуру людей разных национальностей; Одним из самых славных праздников, объединяющих славянские народы Российского государства – великороссов, белоруссов и малороссов, является Масленица; Масленица напоминает нам о нашем духовном и культурном братстве; И, хотя теперь по-*

¹ <http://novostipmr.com/ru/news/15-03-18/gosudarstvennye-pechatnye-smi-smenili-adres>.

² <http://novostipmr.com/ru/news/15-02-05/v-gossluzhbe-svyazi-informacii-i-smi-podveli-itogi-raboty-v-2014>.

всюду установлены границы, корни дружбы не исчезли, а прорастают все глубже. Ведь эта дружба – одно из самых великих наших завоеваний советского времени. Чувство локтя единой семьи помогло и помогает нам жить в условиях непризнанности».

Телерадиорынок Приднестровья представлен 5 радиостанциями и 4 телеканалами. Телевидение пользуется среди населения Приднестровья большой популярностью.

Развитие приднестровского телевизионного вещания началось в 1991 г., когда правительство и Верховный Совет ПМР приняли решение о создании государственного телевидения («ТВ ПМР») для прорыва информационной блокады и передачи достоверной информации о событиях в республике. В марте 1992 г. штат редакции телевидения составил 12 человек. Вещание велось только по кабельным сетям. Выпуски новостей транслировались дважды, а потом трижды в неделю. Одновременно Государственный Комитет по информации и печати (сейчас Министерство регионального развития, транспорта и связи ПМР) решал вопрос об эфирном вещании, которое началось 9 августа 1992 года. В программе появились не только ежедневные новостные, но и еженедельные спортивные и регулярные литературные программы. К концу 1992 г. вышла в эфир редакция украинских и спортивных программ, а в мае 1993 г. – программы молдавской редакции. В 1994 г. появились детские программы на украинском, молдавском и русском языках, а затем и молодежные передачи.

К тому времени уже привычными стали на канале ТВ ПМР встречи с политиками, экономистами, промышленниками, деятелями культуры Приднестровья и ближнего зарубежья. В 1994 г. создана сеть корпунктов государственного телевидения во всех районах республики, что значительно помогло разнообразить географию информации, выходящей в эфир. Одновременно на телеканале создавались и создаются документальные фильмы. С сентября 2005 года канал «Телевидение ПМР» переименован в «Первый Республиканский телеканал». Коллектив телеканала в то время сотрудничал со службами новостей ряда российских каналов: Первый канал, ТВЦ, «Звезда», «Мир», «Россия», «Вести–24»¹. С 1 сентября 2012 года ГУ «ТВ ПМР» и ГУ «Радио ПМР»

¹ www.tv-pmr.com, <http://tv.pgtrk.ru/team>.

объединены в Государственное учреждение «Приднестровская государственная телерадиокомпания». Созданный в начале 1990-х годов, после молдо-приднестровского этнополитического конфликта, «Первый приднестровский» охватывает всю территорию республики и финансируется из ее бюджета.

В 2012 году «Первый приднестровский телеканал» подвергся полной модернизации как в техническом, так и в содержательном плане. Государственное телевидение переехало в новое большое здание (ранее телеканал занимал два этажа жилого многоквартирного дома). Для телевидения закуплено новое специальное оборудование. Обновилась команда телеканала, пересмотрена программная сетка вещания. Стали функционировать новые редакции (спецпроекты, просветительские и развлекательные программы). Программа передач Первого приднестровского телеканала содержит приблизительно около 40% собственных программ, состоящих из новостей и других передач, и 60% импортируемых программ (русские и украинские телеканалы).

Следует особо отметить, что Первый приднестровский – это телеканал, где есть редакции, работающие на трех официальных языках республики: молдавском, русском и украинском. Ежедневно в эфир выходят новостные программы на русском («Время», 7 раз в день), молдавском («Ла тимп») и украинском («Вчасно») языках¹.

«Телевидение свободного выбора» («ТСВ») является вторым телевизионным коммерческим каналом, отличающимся от «Первого республиканского», прежде всего, по форме собственности. Телеканал был зарегистрирован в ноябре 1999 г. Первоначально он транслировал передачи развлекательного канала «СТС», с 2000 г. стал выпускать в эфир новости и авторские программы.

Сегодня «ТСВ» представляет вниманию приднестровцев ежедневные информационные программы («Новости», «Утро на ТСВ»), публицистические программы («Шаг навстречу», «Отражение»), рекламно-развлекательную программу «С утра до вечера», православную программу «Соль земли», спортивные программы («Компенсированное время», «Спортивный глобус») и др.

¹ <http://tv.pgtrk.ru>.

Кроме двух общеприднепровских каналов, в республике функционируют **Бендерское телевидение**¹, выполняющее функции городского телевидения. Официальным днём рождения канала является 19 января 1998 года – день создания Управления по телевидению, радиовещанию и печати города Бендеры. Команда БТВ ежедневно готовит к эфиру программы на русском, молдавском и украинском языках. В эфире БТВ выходят информационные передачи: «Неделя», «Новости», «Екоул Сэптэмыний», «Украинское слово»; информационно-аналитические: «Резюме»; тематические: «Дзержинского 53», «Ла ватра нямулуй», «Спортивный уик-энд», «Утреннее настроение». В программах подробно рассказывается о политической, общественной и культурной жизни города и республики. Вещание канала осуществляется на город Бендеры и близлежащие села. Кроме того, городские телестудии функционируют в Слободзее (Слободзейское телевидение) и Рыбнице (ЛикТВ). В 2012 году телерынок республики пополнился еще одним необычным телеканалом. Известный в Приднестровье журналист Григорий Воловой зарегистрировал первое в республике Интернет-телевидение «Днестр ТВ»². Телеканал представляет новости онлайн, репортажи самых значительных событий Приднестровья.

Радиосегмент Приднестровья стал активно развиваться в начале 90-х годов XX века. Государственная радиостанция «Радио ПМР» была основана в начале 1990-х годов во время информационного противостояния между Кишиневом и Тирасполем. В настоящее время Радио 1 входит в Приднестровскую государственную телерадиокомпанию (ПТРК). Вещание государственного радиоканала Приднестровской Молдавской Республики осуществляется на шести языках:

- в FM-диапазоне – на русском, украинском и молдавском языках;
- в СВ-диапазоне – на русском языке;
- в КВ-диапазоне – на русском, английском, немецком и французском языках;
- on-line трансляция в Интернете – на русском, украинском и молдавском языках.

¹ <http://bendery.tv>.

² <http://dnestr.tv>.

Помимо производства и трансляции собственного информационного продукта (выпуски новостей, тематические и авторские программы «Ми – українці», «Ла попас ку молдовений», воскресная проповедь, «Медицинский вестник», «Спортивный вестник», «Приднестровье в зеркале времен», «В интересах семьи», «Культура, духовность и мы» и др.)¹, Радио 1 ретранслирует российскую радиостанцию «Голос России»². С сентября 2013 года Радио Приднестровья возобновило практику выхода программ в прямом эфире³.

В 2002 г. впервые прозвучали позывные коммерческого радио «Интер-FM», которое вещает на всю территорию Приднестровья, а также охватывает близлежащие районы Молдовы и Украины. По типу радиовещания «Интер-FM» является музыкально-информационной, так как на ней представлено 60–70% музыки и только 30–40% информации. «Интер FM» транслирует не только музыку и развлекательные программы, но и готовит ежедневную подборку о происходящих в мире событиях. В подготовке новостей участвуют собственные корреспонденты радиостанции, пресс-службы различных республиканских ведомств, а также радиослушатели, которые, откликнувшись на призыв участвовать в освещении жизни в республике, регулярно сообщают редакторам новостей о наиболее значительных событиях, происходящих в Приднестровье.

Кроме того, в Приднестровье функционируют такие местные радиостанции, как Радио «Желанное» (функционировало до мая 2013 г.) – Рыбницкий район, «Новая волна» – г. Бендеры, Радио «Тирасполь FM», «Шансон» – г. Тирасполь. Операторами электросвязи, предоставляющими услуги для целей эфирного радиовещания, являются: СЗАО «Интерднестрком»; ООО «Рубин»; ОАО «Приднестровский радиотелецентр»; ООО «НикМедиа»; ООО «Голд Трек»; ООО «РТРК Лик».

На территории республики ретрансляцию российских радио-программ и трансляцию авторского контента в диапазоне ОВЧ осуществляют операторы связи ООО «Ник-Медиа» (радиoproграммы «Ник-FM», «Клёвое радио»), ООО «Рубин» (радиoproграммы «Радио Рекорд», «Хит-FM», «Юмор-FM», «Эхо

¹ <http://radiopmr.org>.

² <http://rus.ruvr.ru>.

³ <http://tv.pgtrk.ru>.

Москвы»), СЗАО «Интерднестрком» (радиoprogramмы «Интер-ФМ», «Радио Шансон», «Дорожное радио», «Радио Дача»), ООО «Голд Трек» (радиoprogramмы «Тирасполь-ФМ», «Радио Точка»), ООО «Новая Волна»¹.

На информационном рынке Приднестровья широкой популярностью пользуются российские радиостанции «Радио Алла», «Ди-ФМ», «Максимум», «Маяк», «Рекорд», «Ретро-ФМ», «Радио России», «Эхо Москвы», «Юмор-ФМ», «Дорожное радио», «Love Radio», «Голд Радио», «Ник FM». Большинство этих станций вещают на FM-частотах. Из украинских радиостанций в регионе улавливается национальная радиостанция НРКУ Перший канал.

На основании анализа структуры приднестровского телевидения и радиовещания можно выделить ряд важных тенденций в его развитии: сформировался стабильный интерес полиэтничной аудитории к российским и приднестровским телерадиoprogramмам в условиях широкого выбора каналов; определилась и консолидировалась аудитория государственного и коммерческого телевидения и радио; на телевидении и радио Приднестровья продолжается специализация программ, совершенствование своего формата программ; активно развивается информационное вещание, возросла его оперативность и динамичность благодаря использованию постоянно расширяющегося спектра источников информации, новейших электронных технологий. Наряду с государственными и общественными организациями, телеканалами и радиостанциями владеют частные лица, активно функционируют структуры с разным организационно-правовым статусом: закрытые акционерные общества («Интерднестрком»), открытые акционерные общества («Телеканал ТСВ») и др. На место государственной монополии пришел конкурентный рынок СМИ. Развивается процесс их коммерциализации. Вместе с тем значительное число теле и радиоканалов существует не как средство извлечения прибыли, а как средство влияния. В сложных экономических

¹ <http://svyaz.gospmr.ru/index.php/o-sluzhbe-svyazi/2012-07-31-08-42-07/115-otchety/343-analiticheskaya-informatsiya-o-deyatelnosti-predpriyatij-podvedomstvennoj-sfery-gosudarstvennoj-sluzhby-svyazi-informatsii-i-smi-pridnestrovskoj-moldavskoj-respubliki-za-1-polugodie-2013-goda>.

условиях не прекращают свой выпуск многие убыточные СМИ, финансируемые как государством, так и заинтересованными в них организациями и лицами.

В сложных геополитических условиях, связанных с весьма сложными политическими процессами в соседних странах, в современном приднестровском обществе проблема сохранения культурного и исторического наследия не только не теряет своей значимости, но и приобретает особую актуальность. Одной из форм трансляции и ретрансляции культурного и исторического наследия являются образы культурной направленности, представленные как в продукции СМИ республики, так и в инфраструктуре СМИ.

Анализ инфраструктуры СМИ ПМР показал, что культурная тематика является неотъемлемой частью работы рекламных агентств, пресс-служб и информационных агентств Приднестровья. Например, информационные агентства «Новости Приднестровья» и «Вести ПМР» чаще всего обращаются в своих материалах к таким сюжетам приднестровской культуры: художественные и историко-краеведческие выставки; музыкальные мероприятия; театральные постановки; памятные вечера, встречи; кинофестивали и другие шоу. Следует отметить, что названные информационные агентства представляют информацию о культурных событиях в полном объеме, своевременно, достоверно и интересно. Еще одним важным, на наш взгляд, моментом является то, что материалов культурной направленности на сайтах приднестровских информационных агентств стало в последние годы значительно больше. Если в 2012–2013гг. количество материалов на культурную тематику составляло около 10 % от количества всех представленных материалов, то уже в 2014–2015гг. – 16–17%.

В завершении следует подчеркнуть, что в СМИ Приднестровья активно обсуждаются темы развития этнических культур, исторических событий и героев. Важно, что авторы материалов с уважением относятся к национальным чувствам и национальному достоинству своих героев. Кроме того, журналисты держат в поле своего внимания не только этнические аспекты жизни республики, соседних стран, России, но и вопросы вероисповедания, уделяя особое внимание православию.

Литература

Журналистика XXI века: опыт прошлого и вызовы будущего. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Тирасполь, 2013.

История Приднестровской Молдавской Республики. Т. 1. Тирасполь, 2001.

Кодряну Г. Днестровский разлом: Приднестровский кризис и рождение ПМР. Роль и место спецслужб. Тирасполь, 2002.

Овсеян Р.П. Есть такая профессия – журналист // Журналист в этническом социуме. М., 2013.

Малькова В.К. Образы этносов в республиканских газетах (Опыт этносоциологического изучения). М.: ИЭА РАН, 1991.

Распопова С.Л. Средства массовой информации Приднестровья: история, особенности функционирования, типология. Тирасполь 2006.

Стратиевский К.В. Социалистическая реконструкция и развитие промышленности и сельского хозяйства МАССР (1926–1937гг.). Кишинев, 1974.

Феномен Приднестровья. Тирасполь: РИО ПГУ, 2003.

**О РОЛИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ
ЭТНИЧЕСКОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ
(на примере Гродненской области, Республика Беларусь)¹**

Средства массовой информации в настоящее время, как и прежде, играют важнейшую роль в формировании мировоззренческих ориентиров населения Беларуси. Векнием времени явилось изменение форм деятельности СМИ. В значительной степени СМИ обрели новый, электронный формат, что в современных условиях сделало их еще более доступными, чем 25 лет назад. Так, по сведениям министерства информации Республики Беларусь, в 2015 году около 6 млн жителей Беларуси являются пользователями Интернета. В 2001 году Интернет получил всего 2% голосов белорусов в ходе социологического исследования, целью которого было выяснить, к какому источнику информации обращается население в поисках ответов на вопросы общественно-политической тематики. Теперь эта цифра составляет 44%. В Беларуси в привычном смысле этого слова не слушают радио более 60 % населения, не читают газет – около 50%, не смотрят телевизор – 10%. В то же время все ведущие периодические издания работают теперь и в Сети: человек читает газеты, слушает радио, но в электронном варианте. При этом 50% устройств, использующихся на белорусском рынке информационных услуг, – смартфоны: 80% пользователей Интернета используют для доступа в Сеть мобильные телефоны с целью получения информации и только 33% – для поиска товаров и услуг. Если на территории страны 25 лет назад были доступны 3–4 те-

¹ Данная публикация является результатом научно-исследовательской работы по проекту БРФФИ-РГНФ Г13Р-009 «На границе со странами ЕС: этнокультурные стратегии молодежи в Гродненской и Калининградской областях».

левизионных канала, сегодня возможности цифрового телевидения позволили увеличить их число до 150¹. В условиях существования широкого спектра и большого количества информационных каналов возникает проблема технологического посредничества для выбора мировоззренческих ориентиров, соответствующих этническим моделям, исторически сложившимся на территории Беларуси, и национальным интересам молодого белорусского государства. Наши исследования показали, что отсутствие на информационном поле активной группы, пропагандирующей важность сохранения традиций и своеобразия белорусов, восточнославянские культурные ценности в целом, может привести в условиях усиливающихся миграционных потоков к потере этнического и национального своеобразия страны.

Таким образом, актуальность данной работы диктуется потребностью в использовании СМИ для формирования у молодого поколения белорусов чувства патриотизма, имеющего свои основы в этнических и национальных установках.

Целью работы является определение основных направлений в публикациях СМИ, влияющих на формирование этнической и национальной идентичности белорусской молодёжи. Задачи: выявить ключевые образы у молодого поколения, связанных с этнической и национальной идентификацией; определить, насколько эти образы отражены и развиты в СМИ.

В ходе полевых исследований, проведенных нами в октябре 2013 г., было опрошено 128 молодых людей в возрасте 16–28 лет в городах Гродно, Лида, Мосты, Волковыск, Свислочь, а также в Гродненском, Мостовском, Волковысском, Щучинском районах. Опрос проводился по случайной выборке. Проведен анализ интернет-версий газет «Гродненская правда», «Вечерний Гродно», «Гродненский университет», «Вороновская газета» (районная газета), а также интернет-ресурса «Гродненский форум» (<http://forum.grodno.net/>) за период начала 2010-х годов. При выборе источников для анализа исходили из пропорций расселения молодежи в Гродненской области. По данным Госкомстата, боль-

¹ В Минске прошел республиканский форум-практикум идеологических работников: http://www.belta.by/ru/all_news/society?id=709303. 20.06.2015.

шинство молодежи (82,7%) проживает в городах и поселках городского типа, в сельской местности живет только 17,3% молодых людей. В Гродненской области проживает 10,6% молодежи¹. Следует отметить, что, по данным Белорусской аналитической мастерской в Варшаве (BAW), в предпочтениях граждан Беларуси доминирует государственное ТВ, которое смотрят 84% белорусов, и государственные печатные СМИ, которые читают почти 40% опрошенных.

В качестве основных параметров, определяющих этнокультурные ориентации молодежи Гродненщины, при проведении данного опроса были определены следующие. Во-первых, этническая самоидентификация. Во-вторых, лингвистическая идентификация. В-третьих, идентификация на основе образов родной земли. В-четвертых, отношение к праздникам, являющимся одной из важнейших форм трансляции социально-значимого, в том числе и этнического опыта.

Этническая идентичность является важнейшей составной частью социальной идентичности и сопряжена с переживанием личностью своей принадлежности к определённому этносу, с осознанием наличия типичных для его представителей качеств, оценкой этнически обусловленных предпочтений в сфере общественной и деятельности. Наличие этнической идентичности во многих случаях помогает человеку в обретении смысла жизни, обеспечивает чувство сопричастности, предоставляет психологическую поддержку, содействует повышению самооценки. Психологический смысл этнической идентичности проявляется при ее сопоставлении с такими родственными категориями как национальная идентичность (отождествление не с этносом, а нацией), этническое самосознание и этническая идентификация. Наиболее значимыми признаками этнической идентичности являются: язык, происхождение, образ жизни, традиционная культура, ценности и нормы, историческая память и мифология, религия, чувство родины, гражданство, характер, внешность. Хотя личность осуществляет самостоятельный выбор своей этнической идентичности, определяющим оказывается влияние среды, образа

¹ Белорусская молодежь: хорошо образована, переезжает в города, меньше всего тратит на алкоголь. <http://news.tut.by/society/361385.html>. 12.08.2013.

жизни и культуры этнической группы. Психологи выделяют такие основные этапы формирования этнической идентичности: в старшем дошкольном и младшем школьном возрасте формируются фрагментарные представления об этнической принадлежности, идентификация с окружающими постепенно приобретает этническую окраску. В подростковом возрасте, сопряженном с общим поиском идентичности, пробуждается интерес к этническим ценностям, усиливается идентификация с референтными группами и деление на «своих» и «чужих». В ранней юности происходит полное осознание своей этнической принадлежности, развивается этническое мировоззрение.

Как показало наше исследование, большинство опрошенных считает себя белорусами – 91%; 5,5% отнесли себя к полякам, 3% – к русским. В то же время установлено, что в 70 % семей респондентов оба родителя относят себя к белорусскому этносу, около 7% к польскому, около 1,6% к русскому. Остальные семьи смешанные: семьи, в которых мать – белоруска, отец – поляк – 2,3%, мать – полька, отец – белорус – 1,6%; мать – белоруска, отец – русский – 3,1%, мать – русская, отец – белорус – 3,1%; мать – белоруска, отец – поляк – 1,6%, мать – полька, отец – белорус – 1,6%. Сопоставление количества респондентов, отметивших свою принадлежность к белорусам (здесь национальное и этническое в заметной степени совпадают), очевидно превосходит количество тех, кто считает себя белорусами генетически. Это свидетельствует о том, что гражданская идентичность в настоящее время доминирует над генетической. Вместе с этим, сохраняется скрытая двойная и тройная идентичность, основанная на знании и осознании этнического происхождения родителей. Множественная скрытая идентичность связана со сложной этнополитической историей и пограничным положением региона, она определяет своеобразие этнической культуры и служит залогом устойчивости современных этнических процессов.

Следует отметить, что в регионе, где достаточно большое количество населения имеет польское происхождение, доминирующее соотношение себя с белорусской идентичностью, указывает на очевидные этнокультурные приоритеты опрошенной молодёжи Гродненщины. Приоритетна ориентация на восточнославянские языки и в лингвистической самоидентификации: 48%

опрошенных респондентов назвали родным русский язык; 30% – белорусский язык; 22% – белорусский и русский. Многие из опрошенных молодых людей понимают польский и литовский языки, украинский, английский и немецкий языки. Можно предположить, что знание польского и литовского языка связано с необходимостью коммуникации внутри региона; украинского, английского и немецкого языков – с ориентацией на этнокультурные контакты за пределами региона.

Одной из задач проведенного этнологического опроса было выявление современных этнических символов и образов. Этнический символ всегда сопряжен с эмоциональным восприятием, сложный объект внешнего мира представляется в нем сжато и образно, вызывая мгновенную эмоциональную реакцию. Объединяя различные планы реальности в единое целое, он создаёт собственную многослойную структуру, смысловую перспективу. Из символов, образов, связанных с этнической, национальной идентичностью, опрошенной молодежью были названы Герб, Флаг, Гимн, Родительский Дом, Зубр, Олень, Аист, Леса, Озера, Колося, Картошка. Примечательно то, что национальные символы сливаются у опрошенных с этническими символами, закреплёнными в гимне, в изображениях герба и флага республики.

Следует отметить, что, наряду с образами зубра и аиста, сопоставимыми с белорусской землей на основе лирических произведений, здесь присутствует образ оленя, который можно назвать региональным. Это – исторический символ из герба Гродно, утвержденного в 1988 году решением Гродненского городского Совета народных депутатов в качестве современного герба Гродно.

Образы родной природы, флоры и фауны, сложившиеся исторически, соседствуют с образом картошки, давшей основу для экзотонима «бульбаш».

Родительский дом – один из наиболее устойчивых образов, но у каждого из участников опроса он имеет свои черты. Поэтому при разработке этнических, национальных образов, характеризующих коллективную идентичность, сегодня необходимо обнаружить или сконструировать какие-то общие черты, характеризующие современное жилое пространство белоруса.

В целом, следует отметить, что этническое сознание порождает этнический образ – представление о типичном для этноса индивиде. Этнический образ, исходно воплощающий в себе единство универсального и уникального, строится на основе такого понимания типичности, которое учитывает чувственную конкретность. Этнический образ, будучи формой отражения действительности, одновременно и программирует эту действительность, определяя поведение людей. Для формирования конструктивных этнокультурных стратегий молодежи на материале разных эпох и этнических традиций необходимо найти наиболее общие правила построения этнического образа, включая и образцы поведения.

Примечательно то, что около половины опрошенных оставило вопрос об этнических и национальных образах и символах без ответа. На поставленный вопрос об образах и символах родной земли в ответах отсутствуют человеческие образы и характерные персонажи, и это подсказывает, что в настоящее время существует насущная необходимость разработки таких образов, прежде всего, средствами визуального искусства и литературы и СМИ. Сказанное справедливо и по отношению к элементам материальной культуры – одежде, архитектуре, пище.

По мнению 47,7% опрошенных, формирование чувства патриотизма, связи с родной землёй сопряжено с участием в праздниках.

Наиболее часто отмечаются в семьях опрошенных молодых людей Гродненщины следующие праздники (в порядке убывания): Пасха – 71 ответ, Новый год – 63, Рождество – 60, День рождения – 40, 8 марта – 33, 23 февраля – 25, 9 мая – 21, Радуница – 16, День матери – 15, Спасы – 15, День независимости – 13, Купалле – 9, Вербница – 8, Масленица – 6. Также отмечаются профессиональные праздники, Дни города. Как видно, ведущие позиции занимают религиозные праздники и праздники, имеющие личную, гендерную, семейную окраску. Трансляция этнического опыта происходит, главным образом, через религиозные праздники, что необходимо учитывать в формировании стратегических установок молодого поколения.

* * *

В ходе изучения и анализа публикаций названных выше источников за период 2011–2013-х годов установлено, что проблема трансляции этнокультурных традиций среди молодого поколения Гродненской области до настоящего периода решалась, но количество публикаций следовало бы увеличить, расширить спектр рассматриваемых проблем.

В публикациях газет освещение культурных традиций, их трансформации в современных условиях, редко выходит за пределы закрепившихся в 1990-х – первого десятилетия 2000-х годов тем: календарные народные праздники (Коляды, Купалье), религиозные праздники, современные светские и государственные праздники; региональные и республиканские форумы национальных культур; обычаи и традиции различных этнических групп, в том числе новых для Беларуси. Как показал этнологический опрос, освещаемые проблемы в значительной степени влияют на формирование этнического и национального сознания молодёжи, что требует развития и углубления этнонациональной тематики в средствах массовой информации. В то же время ожидания молодежной аудитории находятся в определённом противоречии с работой средств массовой информации области.

Так, газета «Гродненский университет» единственное из работающих в области изданий, имеет целевую аудиторию – молодёжь. Публикации в этой газете посвящены, главным образом, событиям в жизни университета и научного мира в целом. Из статей, посвященных трансляции культурных традиций, в 2013 году была опубликована лишь одна, посвященная празднованию Китайского Нового года, совместно с китайскими студентами. Из контекста публикации понятно, что в молодежной среде присутствует живой интерес к восприятию культурных традиций, и если бы организаторы педагогической деятельности, а также журналисты уделили внимание этой проблеме хотя бы с точки зрения сравнения белорусских и китайских традиций, белорусские праздники стали бы привлекательными не только для отечественных, но и для зарубежных студентов.

Издававшаяся в Гродно до конца 2010-х гг. газета «Молодежный курьер» также не уделяла достаточного внимания трансляции этнокультурных традиций. По отзыву одного из участников Гродненского Интернет-форума в газете следовало бы размещать "бегущую строку" с афоризмами. Как известно, афоризмы, по своей сути, наиболее ярко отражают духовную культуру и традиции народа.

В районном издании Вороновского района Гродненской области «Вороновская газета»¹, наряду с публикациями, посвященными традициям празднования народных белорусских и религиозных христианских праздников, в последние годы появились и другие публикации, способствующие трансляции этнокультурных традиций. Их можно было бы представить в качестве образца для других изданий. Так, регулярная рубрика посвящена белорусским семейным традициям – «Сямейная скарбніца». На примерах уклада жизни в семьях района демонстрируется и транслируется модель поведения, которая и усваивается молодым поколением. В частности, в статье Галины Шлемпо «Когда в доме лад» (10.08.2012) о семье Андрыш из агрогородка Переганцы, отметившей в 2011 году фарфоровую свадьбу (20 лет совместной жизни), показывается стиль отношений в семье – между супругами, детьми; показывается жизненный путь всех членов семьи. В этой же рубрике уделяется внимание межнациональным бракам, предполагающим адаптацию одного из супругов на Вороновщине (Н. Ивуть «Любовь и судьба» 22.03.2013, «Главное – любовь и согласие» 12.04.2013); раскрываются региональные особенности традиции подготовки и празднования домашних праздников, например – Дух Рождества (22.12.2012). Формированию интереса у молодого поколения способствует и статья Г. Шлемпо «Солнце на блюде, или Русская печь в наследство» (29.03.2013). В статье отмечается значение славянского гостеприимства и образа печи: «Как говорят, изба красна не углами, а пирогами. Ведь печь – это святое место в доме, и так было всегда».

В 2013 году в газетах «Гродненская правда» и «Вечерний Гродно» также появился ряд публикаций, транслирующих этно-

¹ <http://www.voran.by>.

культурные традиции молодому поколению. В материале корреспондента газеты «Гродненская правда»¹ Ирины Березович «В Мирском замке состоится Венский бал XIX века и откроется светский ретросалон» (21.11.12) представлены торжественные мероприятия (рождественские балы «Танцующий мир» в ретро-стиле) в Мирском замке. Газета «Гродненская правда» в 2013 году приняла участие в анонсировании и освещении акции «Крылья любви», которую третий год проводят участники молодежного проекта «Живая история». По сообщениям в газете, «в этот раз планируют собрать на Советской площади более тысячи влюбленных гродненцев и гостей города ... До запуска фонариков организаторы назовут победителей конкурсов «Самая очаровательная пара года», «Лучшее признание в любви на фото» и «Лучшее признание в любви на видео», которые проходили в «ВКонтакте» (08.02.13). В День Святого Валентина в Гродно влюбленные пары запустили небесные фонарики. «...По традиции первый фонарик запустила историческая пара – Барбара Радзивилл и Сигизмунд Август. К слову, участники проекта «Живая история» приоткрывают завесу тайны любви белорусских Ромео и Джульетты в аудиороликах, которые звучат в общественном транспорте...» (15.02.13).

Уделяя заметное внимание культурным событиям, происходящим в области, газета представляет спектр возрожденных традиций. В статье Сергея Гаврицкого в Зельве прошел «Анненский кирмаш» (28.08.13) отмечается, что Зельва в 2013 году шестой раз проводила возрожденный «Анненский кирмаш». Газета "Гродненская правда" также опубликовала материал Т. Кузнеценковой, направленный на формирование интереса к традициям животноводческих праздников «День лошади» отметили в агротуристическом комплексе «Гарадзенскі маёнтак «Каробчыцы» (04.09.13). В другой публикации этого же автора «Гродненская мастерица рассказала, как сделать куклу-оберег» (18.10.13). Здесь же опубликован материал, формирующий интерес молодежи к славянским духовным и материальным традициям.

¹ <http://grodnonews.by>.

В газете «Вечерний Гродно»¹ в 2013 году также появился ряд оригинальных публикаций, связанных с трансляцией этнокультурных традиций. Наиболее интересным представляется материал А. Кучинского, И. Максимчик, О. Сиводедова «Королевский шлях» (09.12.2009), рассматривающий аналогичные белорусским проблемы в польском пограничье.

Исходя из представленного выше материала, можно отметить, что процесс формирования этнической и национальной идентичности в современных условиях не может не опираться на создаваемый через работу СМИ дискурс. В то же время существует определённый диссонанс между социальным запросом и отражением этнической и национальной проблематики в СМИ. Сопоставление количества респондентов, отметивших свою принадлежность к белорусам, очевидно превосходит количество тех, кто считает себя белорусами генетически. Это свидетельствует о том, что гражданская идентичность в настоящее время доминирует над генетической. Значительная роль в этом связана с работой СМИ, и прежде всего с регулярным и повсеместным освещением гражданских и религиозных праздников и событий. В то же время существует насущная необходимость разработки современных образов и символов родной земли, человеческих образов и характерных персонажей, что необходимо представлять общественности через регулярные публикации в СМИ. Сказанное справедливо и по отношению к элементам материальной культуры – одежде, пище, архитектуре, к интерьеру жилья. Так, родительский дом – один из наиболее устойчивых образов, но у каждого из участников исследования он имеет свои характерные черты. Поэтому при разработке этнических и национальных образов, характеризующих коллективную идентичность, сегодня необходимо визуализировать или сконструировать какие-то общие черты, характеризующие современное жилое пространство, одежду (ткани, крой, орнаменты), традиции питания и современные общедоступные рецепты блюд.

Материалы СМИ могут иметь важное значение в трансляции национальных и этнических традиций и, в конечном итоге, активно способствовать не только решению проблемы закрепления

¹ <http://www.vgr.by>.

молодежи на родных землях, привлечения трудовых ресурсов извне, но и способствовать привлекательному туристическому имиджу региона и республики в целом.

Использованные ресурсы

В Минске прошел республиканский форум-практикум идеологических работников: http://www.belta.by/ru/all_news/society?id=709303. 20.06.2015.

Более 60 % белорусов не слушают радио, не читают газет – около 50 %. Автор блога: Г.Летковская. <http://minsknews.by/blog/2015/06/18/bolee-60-belorusov-ne-slushayut-radio-ne-chitayut-gazet-okolo-50/>. 20.06.2015.

Белорусская молодежь: хорошо образована, переезжает в города, меньше всего тратит на алкоголь. <http://news.tut.by/society/361385.html>. 12.08.2013.

Социсследование: украинские события развернули белорусов от ЕС к России. <http://news.tut.by/society/402709.html>. 15.06.2014.

РОССИЙСКАЯ ПРЕССА О ПРИСОЕДИНЕНИИ КРЫМА

«Крым наш!», «Крым опять в России!» – эта радостная для большинства россиян весть облетела страну и мир в марте 2014 года. «Вхождение Крыма в Россию», «присоединение его к России», «возвращение Крыма домой» ... Эти и другие подобные слова российского президента, сообщения СМИ, высказывания и комментарии экспертов, журналистов и миллионов россиян, последовавшие за стремительными действиями России в февралемарте 2014 года, взбудоражили и продолжают волновать мир вот уже более 2-х лет. Эти события, радостные для одних, непонятные или возмутительные для других, вызвали много эмоций, порой противоположных, много жарких дискуссий и споров на разных уровнях, в разных аудиториях и оказали огромное влияние на международную расстановку сил, на сам ход мировой истории. Возвращение Крыма в Россию, а точнее – сам процесс и технологии его присоединения и, конечно, его последствия, до сих пор обсуждаются экспертами и политиками как необычный прецедент, возможно, один из законных (незаконных) примеров для будущего передела мировой истории.

Возвращение Крыма в Россию не только еще сильнее обострило и так сложные взаимоотношения России и Украины, но затронуло и миллионы простых людей разных национальностей и конфессий. Оно стало одним из поводов для усиления противостояния двух соседних стран и для введения антироссийских санкций со стороны многих западных государств.

К настоящему времени уже появилось немало научных работ политологов, правоведов, историков, этнологов¹, рассматриваю-

¹ Губогло М.Н. Энергия доверия. Опыт этносоциологического исследования референдума в Крыму. Кишинев. 2014; Кряжков В.А Крымский прецедент: конституционно-правовое осмысление // Сравнительное конституционное обозрение. М.: Институт права и публичной политики, 2014. № 5; Старченко Р.А. Языковая жизнь и этнополитические ориентации крымчан (2013–

щих эти исторические события со своих профессиональных позиций. В статьях и монографиях, особенно много которых появилось к первой годовщине этого события, уточняются детали и подробности самого процесса объединения, обсуждаются и комментируются причины и факторы, побудившие большую часть многонационального населения Крыма решиться перейти в состав Российской Федерации. Основные идеи, звучащие в экспертном сообществе, можно свести к тому, что переход Крыма и Севастополя в Россию был обусловлен как долговременными, так и сиюминутными (спонтанными) факторами. Среди них в первую очередь можно выделить этнодемографический фактор, т.е. преобладание на территории Крыма русского населения и безусловное доминирование здесь русского языка и т.п.

К демографическому фактору добавляется и ряд этнопсихологических. Уже почти два с половиной столетия Крым был и остается частью «русского мира». Независимо от многих социально-политических перемен, у большинства населения Крыма (находившегося и в рамках Украины) сохранялась историческая и эмоциональная память о принадлежности Крыма и Севастополя к России. Духовная жизнь местного общества во многом проходила под влиянием русской культуры и литературы. Немаловажную роль играли и многочисленные родственные и дружественные связи крымчан и россиян, которые фиксируются в том числе и социологическими исследованиями¹. И, наконец, немаловажная роль среди факторов принадлежит и ответной реакции жителей автономного Крыма и Севастополя на принудительную украинизацию всей жизни на полуострове, на отсутствие образовательных и карьерных перспектив для русского населения в условиях периферийности в украинском государстве. К этим факторам можно добавить также и экономические, так как немалая часть крымчан связана с Россией работой, торговлей, курортным

2014 гг.). Автореф. дисс. канд. ист. наук. М., 2015; Томсинов В.А. «Крымское право» или юридические основания для воссоединения Крыма с Россией // Вестник Московского университета. Серия 11: Право. 2014. № 2.

¹ См., например: Старченко Р.А. Языковая жизнь и этнополитические ориентации крымчан (2013–2014 гг.). Автореф. дисс. канд. ист. наук. М., 2015. С. 33.

бизнесом. Нормальная жизнь требовала политической стабильности, которая наблюдается в этот период в России, в противовес хаосу майданов и переворотов на Украине. Свою роль такого массового решения крымчан воссоединиться с Россией сыграла и силовая поддержка с ее стороны, ее идеологические и пропагандистские усилия, обещания и другое. Но немаловажное значение имело и желание самой России, ее властей и населения поддержать крымчан и принять Крым и Севастополь в состав Российской Федерации. Все это в той или иной степени затрагивается в работах М. Губогло, Р. Старченко, В. Кряжкова и др.

Позитивно оценивая исследования и мнения наших научных коллег, мы предлагаем еще один, но иной взгляд не столько на само событие – «возвращение Крыма в родную гавань», сколько на его информационное освещение в российской прессе, его идеологическую трактовку российскими авторами для внутренней и внешней медийной аудитории. Это была неординарная информационная кампания, которая еще продолжается, и которую важно изучать и осмысливать как один из опытов укрепления общегражданской идентичности и всенародного единения, для сохранения целостности и безопасности страны.

В самом деле, события на Украине и в Крыму с той или иной степенью достоверности и сочувствия освещались и комментировались российскими и мировыми средствами массовой информации. В этот период в разных СМИ пропаганда была очень активной. Идеологами разных уровней были мобилизованы многие информационные ресурсы и технологии, чтобы оправдать, осудить или даже замолчать это важнейшее на сегодняшний день общественно-политическое событие в российской истории. Возвращение Крыма в Россию стало особым поводом, на фоне которого, несмотря на его определенную спонтанность, российской общественностью должны были быть также мобилизованы многие исторические и современные аргументы, озвучены взгляды и позиции разных политических и общественных групп и использованы для этого многие информационные ресурсы и технологии. И средства массовой информации нашей страны должны были сыграть в этот период особенно ответственную социальную и гражданскую роль.

В данной работе¹ мы видим своей целью анализ информации российских центральных газет, показывавших в марте 2014 года процесс возвращения Крыма, комментировавших этапы и результаты этого процесса, рассказывавших о реакции российского экспертного сообщества и населения на эти события. Мы считали важным увидеть деятельность сегодняшней российской прессы, направленную на защиту российских интересов, на использование этого события для сплочения и единения российского народа, на формирование и поддержание общероссийской идентичности и патриотизма.

Выбор источников в огромном информационном пространстве был не прост. Автор осознает, что печатные СМИ, на которых мы остановились, вытесняемые в последние десятилетия так называемыми «новыми, электронными» информканалами, заметно теряют свои ведущие в прошлом позиции в формировании общественного сознания. И этот процесс, из-за бурного развития информационных технологий, по-видимому, уже необратим. Тиражи, как один из показателей влияния на массовое сознание, падают во всем мире даже у самых известных газет. Некоторые издания совсем закрываются, а многие переходят на электронные версии. Тем не менее, немалая часть периодических изданий, в том числе и в нашей стране, все еще остается важным инструментом формирования массовых ориентаций и представлений людей, одним из важных механизмов влияния властей и других управляющих групп на общественные процессы. А для экспертного сообщества печатные газетные издания остаются одним из важных источников текущей информации. Они показывают с разных ракурсов не только сами события, но и одномоментную реакцию на них со стороны властей, профессиональных политологов, комментаторов и всей массовой аудитории.

Для рассмотрения указанных информационных процессов мы посчитали важным рассмотреть с помощью контент-анализа информацию разных по своей направленности газетных изданий,

¹ В более полном виде: Малькова В.К. «Крым наш» в российском информационном пространстве / Исследования по прикладной и неотложной этнологии. Вып. 243. М.: ИЭА РАН, 2015.

чтобы увидеть их интерпретацию этого яркого для страны события и на его фоне – организацию нового импульса для консолидации и единения граждан России. В данной работе представлен анализ материалов центральных газетных изданий – «Комсомольская правда» (далее: КП; тираж от 155 до 342 тысячи экз.), «Аргументы недели» (далее: АН; тираж – 587 тыс. экз. в России) и «Советская Россия» (далее: СР), тираж которой в России и СНГ – 300 тыс. экз. Контент-анализу подверглись газетные выпуски за март месяц 2014 г. – основной период, когда крымские события почти открыто развивались и комментировались «по горячим следам», а их освещение в СМИ было особенно интенсивным. Результаты анализа этих изданий, а также впечатления от их публикаций в этот период тревог и радости оказались довольно разнообразными. Все три газеты, кроме обычной информации о текущей жизни, довольно много внимания уделяли бурным событиям на Украине, на киевском Майдане, пристально следили и за самим процессом, разворачивающемся в Крыму, и за всем, что происходило вокруг этих событий в мире.

Интерес нашей прессы к событиям в соседней стране объясняется многими причинами. Во-первых, драматические события на центральной площади столицы любого государства не могут оставаться в наши дни незамеченными любыми каналами СМИ, тем более, если речь идет о нашей дружественной соседней стране, которая исторически, много веков подряд связана с Россией. Во-вторых, люди борются за свои права, в них стреляют, их убивают, правительство свергают, президент скрывается, в стране неразбериха... И все это происходит на наших глазах, в центре Европы, буквально рядом с нашим домом. Любая страна и ее СМИ не могут оставаться равнодушными к этим событиям, хотя бы в целях собственной безопасности. И, наконец, третье: Украина и Россия населены в основном славянскими народами, говорящими на близких языках, живущими столетиями рядом, имеющими во многом близкие традиции и нередко создающими межнациональные семьи. Многие украинцы живут в России, а русские и другие россияне живут на Украине. У многих жителей России и Украины остаются родственники и друзья в соседних странах. Кто же может безразлично отнестись к их судьбе и к

судьбе их страны?! И средства массовой информации обеих стран, конечно же, никак не могут оставить эти события без своего внимания.

Но, кроме обычных человеческих и гуманитарных причин, в деятельность СМИ с обеих сторон включаются политические и бизнес группы, имеющие свои интересы и немалое влияние на происходящие события также, как и на все каналы СМИ. Разные группы влияния противостоят друг другу, их интересы сталкиваются на узких политических, экономических и даже этноконфессиональных площадках. Некоторые из противников (с обеих сторон) прямо заинтересованы в продолжении хаоса и беспорядков на Украине. В процессе борьбы за власть, за ресурсы, за электрот и в СМИ идет интенсивная и порой циничная информационная война. Обе стороны очерняют друг друга, манипулируют общественным мнением, используя разные информационные технологии – мифологизацию истории с привлечением риторики «холодной войны», вбросы и утечки информации, ее передергивания и искажения, замалчивания или наоборот – необоснованную акцентацию отдельных событий. В процессе этих «информационных игр» создаются и транслируются в общественное пространство сфабрикованные образы: «эта страна – агрессор, а эта страна – жертва» или – наоборот. В развитии событий, на фоне страданий простых людей, направленно, с помощью СМИ у населения формируются массовые представления о том, что, с одной стороны – **«мы»** хотим мира и благополучия, но **они** не дают нам такой возможности», а с другой – **«мы»** защищаем и хотим спасти своих близких, братский нам народ, восстанавливаем историческую справедливость, но нас не понимают и несправедливо обвиняют». Деятельность СМИ в этих условиях становится огромным политическим (и психологическим) проектом, важным явлением противостояния разных общественно-политических групп и фактором нового миростроительства не только для России и Украины, но и для многих их сторонников в других странах.

Как же все начиналось? Точек отсчета процесса присоединения Крыма может быть несколько. Это могут быть плановые учения российских войск в центре нашей страны в феврале 2014 года, о чем довольно скупо рассказывала наша пресса. Это могут

быть и кровавые события на киевском Майдане в предшествующие месяцы. Но это может быть и само беспрецедентное для россиян событие 1954 года – «подарок» Крымской области братской республике от имени России. Так или иначе, события января – февраля – марта 2014 года в Киеве привлекли огромное внимание мировой общественности, в том числе и СМИ во всех странах. А для России это было особенно важно. Бурные дискуссии в разных аудиториях, комментарии в СМИ навсегда остаются запечатленными на газетных страницах. «Сильный шаг! Единственно верный! ... Президент России В.В. Путин принял геополитический вызов Запада... Они устанавливают беззаконие, отрывают Украину от России, стремясь сделать ее слабым, но враждебным государством по отношению к нашей стране. Налицо явное иностранное вмешательство», – приводит «Советская Россия» комментарии генерал-полковника Л.Г. Ивашова о февральских военных учениях на западе и в центре России (СР. 1 марта). В газетах обсуждаются острые и актуальные на тот момент вопросы: «Надо ли вводить российские войска на Украину?» М. Задорнов. (СР. 4 марта) // «Должна ли Россия вмешиваться в украинские события?» М. Кожемякин. (СР. 6 марта.). Другие авторы советуют: «Успокоиться и сделать шаг назад» (перепечатка из газеты «Гардиан». (СР. 4 марта). Наблюдатели фиксируют вокруг этих событий «Истерию и эйфорию» А. Фролов. (СР. 4 марта). Здесь же звучат разные мнения и комментарии, связанные со сменой украинской власти: «Не о чем говорить с нелегитимной властью в Киеве» (СР. 6 марта).

В России, взбудораженной тревожными сообщениями, в начале марта уже «идут митинги в защиту братьев-украинцев» (СР. 6 марта), проводятся «Акты солидарности по всей России». Газеты сообщают, что «начался сбор средств для крымчан» (СР. 12 марта и др.), эксперты спорят: «Как будут развиваться события и сыграют ли в них ключевую роль США?» (Л. Ивашов. Силовой вариант вероятен. СР. 1 марта).

Постепенно, примерно с первых дней марта 2014 года в разных изданиях внимание наблюдателей и комментаторов стало смещаться с громких событий на киевском Майдане в сторону Крыма. Обращаясь к историческому прошлому страны, все газеты, хоть и кратко, фрагментарно, но озвучивали идею: «Крым

издавна был частью России». Некоторые журналисты пытались объяснить право России вернуть эту землю и ее народ под свое крыло. Авторы газетных сообщений искали аналогии в мировой истории, вспоминали историю самой России и Украины, указывали на абсурдность и несправедливость «подарка Хрущева». Другие задумывались о том, что ждет Россию и ее регионы в будущем. Наиболее активно эту «историко-философскую» и политическую тему развивали журналисты в газете «Аргументы недели». Еще в конце февраля в этой газете на первой странице появляется фото и анонс статьи. «Как Никита Хрущев подарил Крымскую землю с парой миллионов душ» (Крым сдал. Крым принял. Г. Дежкин. АН. 27 февраля). Развивая эту тему, главный редактор газеты А. Угланов пишет в одной из передовиц: «Территории, как и люди, приходят и уходят... Отделение от нелюбимой родины-матери.... Это и Шотландия (пока в составе Великобритании), и Каталония (ныне – провинция Испании), и франкоязычный Квебек (все еще канадский). Из-под каблука английской королевы отчаливает Новая Зеландия, на очереди Австралия» (АН. 13–19 марта).

В мартовские дни 2014 г. в центральных российских газетах можно выделить еще несколько основных идей: «В Крыму живут наши люди, и их судьба нас очень беспокоит»; «Америка легко признала далекое Косово, а мы мнемся и жмемся, хотя восставшие в Крыму – это родные, это русский язык, историческая наша судьба...» (СР. 1 марта). В газетах появляются и повторяются идеи: «Крым в составе Украины находится незаконно», «Мы восстанавливаем историческую справедливость» (КП. 20, 27, 31 марта, АН. 27 марта). Все эти утверждения, несомненно, находят понимание в российском общественном мнении. Развивая тему исторической справедливости, газеты помещают воспоминания и объяснения близких к Хрущеву людей (его сына – С. Хрущева, его зятя – А. Аджубея), которые утверждают, что вины Хрущева здесь нет, поскольку Крымская область была передана Украине символически, «как символ вечной дружбы двух народов в одном государстве». Звучат также и обвинения в адрес Б.Н. Ельцина, который во время распада СССР не потребовал возвращения Крыма в Россию (КП. 21 марта).

И, наконец, в прессе озвучивается еще одно явление, оставшееся некоторое время для многих россиян неизвестным, – явление в Крыму «вежливых, людей». «В ночь на 27 февраля большая группа очень корректных, но до зубов вооруженных бойцов взяла под контроль здания Верховного Совета и Совета Министров Крыма... На следующий день другие «вежливые люди» заняли аэропорт Симферополя и блокировали военный аэродром в Бельбеке. Затем поголовье «вежливых» начало расти большими темпами, и их стали видеть в портах, на поездах в Крым через перешеек. ... Эти отлично вооруженные и оснащенные бойцы уже были одеты не в форму №8 (что сперли – то носим), а в «пиксельную флору российской армии». ... Только вот ни шевронов, ни знаков различия на форме нет – все на липучках и быстро снимается. Всеми были отмечены запредельная корректность и вежливость этих бойцов. Термин «вежливые люди» моментально стал общепринятым в Интернете и прессе... Все местные знают, что речь идет о российских военных, но официально это не признается» («Вежливые люди» как секретное оружие России. Я. Вяткин. АН. 6 марта).

В этот период в нашей прессе несколько выделяется или акцентируется тема «российскости и русскости», в частности, подчеркивается идея, что мы – россияне или русские, и мы **должны** защищать своих. В выступлениях Президента страны В.В. Путина, публикуемых в разных изданиях, выделяются идеи: «Русский народ стал самым большим разделенным народом в мире» // «Нас пытались лишить исторической памяти» // «Мы не вводим на полуостров войска» // «Албанцам в Косово можно, а русским и украинцам запрещается?!» (КП. 19 марта).

В защиту прав русских и других россиян на Украине выступают на страницах газет публичные люди и представители общественных организаций. Так, еще в начале марта участники конференции «Союз-Чернобыль» обратились к гражданам Украины, подчеркивая, что многие из них отдали свои жизни за спасение людей на Украине во время Чернобыльской катастрофы. А теперь «... бандитские выкормыши глумятся над русским народом Украины, унижая его, лишая русского языка, устраивая погромы, убивая мирных граждан... Мы негодуем, возмущаемся варварством, происходящим на Украине» (СР. 1 марта). Продолжая

тему защиты русских людей, российский писатель С. Шаргунов в публикации «Последний шанс?» эмоционально восклицает: «Неужели в Крыму будет литься кровь? Неужели начнут убивать русских, всех тех, кто хочет быть с нами? Тех, кто за нас? Уже бьют, а местная милиция ничего не может поделать. Или в ближайшее время арестуют всех, поднявших российский флаг? А Россия? Промолчит? Допустит? Не защитит? А если все же начнется? Если завтра беда? ... Ведь все равно, в Крым потянутся русские добровольцы, все равно в конфликт будут втянуты офицеры ЧФ. Или их эвакуируют вместе с флотом?» (СР. 1 марта). 12 марта «Советская Россия» помещает еще одно эмоциональное обращение писателей России. В нем также упоминается о незаконном запрете русского языка на Украине, «обо всех, кто говорит по-русски, о том, что весь русский мир, все народы России и братской Украины имеют надежную защиту в лице президента В.В. Путина». В этих публикациях нам видятся некоторые аналогии с выступлениями советских газет времен Великой Отечественной войны. В самые тяжелые ее дни наши знаменитые советские писатели – А. Толстой, И. Эренбург, Л. Леонов, С. Сергеев-Ценский и другие выступали в прессе с такими же пылкими и эмоциональными статьями, призывая русских людей, весь советский народ к защите своей родины и ее истории. И это навсегда зафиксировано отечественной прессой¹.

А в это время в Крыму шла подготовка к референдуму.

Подготовка и проведение референдума. Перед референдумом в Крыму тревога в информационном пространстве явно усиливается. Один из авторов «Советской России» задает на ее страницах вопрос: «Как будут развиваться события в Крыму и сыграют ли в них ключевую роль США?» (СР.12 марта). И отвечает, что силовой вариант вероятен. В это же время в газете «Аргументы недели» также обсуждают вопрос: решится ли Киев напасть на Крым? Газета пишет, что «чем ближе к референдуму в Крыму 16 марта, тем больше и больше тревожных вестей приходит с Украины. По всем признакам, Киев Яценюка и Яроша планирует попытку срыва референдума и решение крымской

¹ Подробнее об этом см.: Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002. С. 263–308.

проблемы военным путем» (Решится ли Киев напасть на Крым? Я.Вяткин. АН. 13–19 марта). А в другом издании в эти дни с комсомольским задором обсуждаются вопросы: «Как Россия и Украина Черноморский флот делили», сообщается о том, что «Майдан хотели устроить в Москве за 30 тысяч \$» и обещали, что «Всем незаконным формированиям дадим возможность покинуть Крым без оружия» (КП. 13 марта).

События в эти дни развивались очень быстро. 11 марта 2014 года Верховный Совет Автономной Республики Крым и Севастопольский городской совет приняли декларацию о независимости Автономной Республики Крым и города Севастополя. И, несмотря на противодействие властей Украины, сам референдум в Крыму был проведён в назначенный день 16 марта. Крымчанам были предложены два вопроса: «Вхождение Крыма в состав России в качестве субъекта федерации» или «Восстановление Конституции 1992 года при сохранении Крыма в составе Украины»¹. В результате, по официально опубликованным данным, на территории АР Крым 96,77% проголосовавших высказалось за присоединение Крыма к России, в Севастополе – 95,6%². 17 марта результаты референдума были утверждены Верховным Советом Автономной Республики Крым и Городским советом Севастополя. Этот процесс и некоторые механизмы проведения референдума подробно описаны в упоминавшейся выше монографии М.Н. Губогло³.

В «Комсомолке» в этот период появляются тревожно-насмешливые сообщения: «Севастополь снова занял оборону. Теперь – от провокаторов» (14 марта) // «Передайте Обаме – Крым и Севастополь могли войти в Россию еще 20 лет назад (Р. Хасбулатов. КП.14 марта), «Не продадим Крым Западу!» (КП. 14 марта), «Шотландии можно, а Крыму нельзя?!» (КП. 15 марта) ... Но тревога и в нашей стране все же ощущалась, и газеты ее поддерживали: «В Крым едут фальшивые милиционеры из Киева, чтобы сорвать референдум» // «Приезд евромайдановцев в Донецк за-

¹ <http://www.regnum.ru/news/polit>.

² <http://referendum2014.ru/news>.

³ Губогло М.Н. Энергия доверия. С. 112–123; и др.

кончился кровью» (КП. 15 марта). Призывы: «Вперед Крым! Вперед Россия! Ни шагу назад!» звучали в нашей прессе перед самым референдумом (СР. 15 марта). Одновременно «Комсомольская правда» сообщала о том, что американский эсминец вошел в Черное море и направляется к Крыму. «Что у него на уме? Кто ж знает?» – задает вопрос автор публикации «Черноморский таран» (КП. 13–20 марта).

Радость и эйфория после референдума. И вот СМИ оповестили: «Крымчане сказали: Да! Возвращаемся на родину! Ошеломляющий итог референдума: почти 97% высказались за присоединение Крыма к России!». Так восклицает «Советская Россия», которая посвятила этому событию целую серию публикаций (СР. 18, 20, 22 марта). Дальше события развивались еще более стремительно. В понедельник 17 марта Верховный Совет автономии провозгласил Крым независимым суверенным государством. В газетах появляются эмоциональные публикации: «Крым с нами!» // «Пробуждение от летаргии. Мы спасаем Крым или Крым спасает нас» (СР. 20 марта). «Россия узаконила волю крымчан» // «Запад обескуражен» // «КПРФ голосует за Крым и Севастополь» (СР. 22 марта). Это радостное событие стало еще одним импульсом для всплеска народного творчества, в газетах появляются не только лозунги, но и стихи, и частушки:

Русофобы на Майдане
Чеботами топали.
Крым в итоге потеряли
Вместе с Севастополем.

Советская Россия. 18 марта

А еженедельник «Аргументы недели» после референдума констатирует, что «Российское руководство, едва ли не впервые, робко, непоследовательно и частично, но защитило интересы своей страны. Началось ее воссоединение, разорванное либеральными реформаторами. ... Путин вдруг получил шанс попасть в историю достойным подобием Екатерины Великой. Идет возвращение России к своим историческим границам, хоть и в одной точке...» (АН. № 10. 20 марта). «Комсомольская правда» цити-

рует российского президента, выступавшего в эти дни перед Федеральным собранием: «Мы не могли оставить жителей Крыма в беде. Это было бы предательством, – заявил В.В. Путин. Это наша история и гордость... Нас пытались решить исторической памяти...». И добавляет: «...албанцам в Косово можно, а русским и украинцам запрещается?!» (КП. 9 марта). «Советская Россия» также публикует выдержки из выступления В.В. Путина в Кремле: «Надо знать историю Крыма, знать, что значит Россия для Крыма и Крым для России. В Крыму буквально все пронизано нашей историей и гордостью. Здесь древний Херсонес, где принял крещение святой князь Владимир. В Крыму могилы русских солдат, мужеством которых Крым был взят в 1783 году под российскую державу. Крым – это Севастополь, город- легенда, город великой судьбы, город- крепость...» (СР.18 марта). «Аргументы недели» поместили ликующий комментарий лидера ЛДПР В. Жириновского: «Присоединение Крыма – уникальное событие. Впервые за долгое время русский человек услышал слова: Вошли в состав России! Сто лет от нас уходили и отделялись. А тут – принимаем! Наше пробуждение – страшная вещь для Запада... Сам факт объединения России с Крымом – очередное геополитическое поражение, которое терпят Штаты» (АН. 27 марта).

В эти дни центральные газеты были переполнены восторженными публикациями: «Советская Россия» восклицала: «Крым с нами!» // «День воссоединения» // «Снова вместе» // «Исторический акт» // «Столько лет ждали!» (С.Р. 20 марта); «Россия узаконила волю крымчан» // «Запад обескуражен» // «Крым и нам дает шанс» // «Более 70 воинских частей Украины перешли под российский флаг» (С.Р. 22 марта); «Товарищ, смелее гони Бандеру в шею!» (СР. 25 марта); «Донецк, Одесса, Крым! Вместе победим!» (СР. 1 апреля). «Комсомольская правда» также распространяла радость в общественном пространстве: «Крым возвратился в Россию!» // «Севастопольцы, ура! Возвращаемся домой!» // «Крым уверен на все **93%** – он часть России!» // «Все легитимно, вне всякого сомнения!» (КП. 17 марта); «Крым, ты наш, а мы – твои» // «За воссоединение с Россией – 96,77% крымчан!» // «Большинство россиян за возвращение полуострова!» // «Крым проснулся без Украины» // «В Киеве так ничего и не поняли» // «Донбасс

мечтает о матушке–России и готовит вилы – встречать бандеровцев» // «Мы сделали это! Мы вернулись домой!» (КП. 18 марта); «Боевые дельфины перешли на сторону России. Потому что умные» // «Крым проголосовал за присоединение. Что дальше?» (КП. 27 марта).

Подводя некоторые итоги этому этапу присоединения, еженедельник «АН» писал в эти дни: «В Москве подписан Договор о вхождении Республики Крым и города Севастополь в состав субъектов Российской Федерации. Все произошло стремительно. Мировой шок от этого события можно сравнить разве что с разрушением башен-близнецов в Нью-Йорке. Глобальный миропорядок в одночасье изменился» (Передовая статья. Угланов. АН. 20–26 марта). В этом же номере, на первой странице газета помещает фотографию Президента страны и Патриарха с надписью: «Милостью Божией Крым вернулся домой». «Советская Россия» с удивлением восклицает: «Неожиданный феномен, когда символы и атрибуты украинской власти в Крыму буквально за несколько дней испарились, а военные украинской армии массово сдавали оружие или присягали на верность народу Крыма» (СР. 18 марта).

И «Аргументы недели» далее развивают тему воссоединения: «Подписан Договор о принятии в РФ Республики Крым и образовании в составе РФ двух новых субъектов. То, о чем мечтали крымчане и жители города-героя Севастополя, воплощено в жизнь – Крым вернулся в состав России! Сегодня нас переполняет радость и гордость за свою страну! Россия показала всему мировому сообществу, что мы в любой ситуации готовы отстаивать права своих соотечественников...Торжество справедливости... Бояться ли нам? ...Исправление исторических ошибок... (Крымский манифест России. В. Фарафонов. АН. Март, № 11). И эта газета также публикует слова лидера ЛДПР об уникальности события и о пробуждении России (Жириновский. АН. 20–26 марта). Радость от возвращения Крымского полуострова и Севастополя в Россию была в стране огромной. И данные федеральные СМИ это неплохо показали. В целом эти российские газетные издания (как и многие другие) не только бурно приветство-

вали и одобряли процесс возвращения Крыма в Россию, но и заряжали этой восторженностью всех россиян, объединяя их этой радостью и оптимизмом.

Но все же и здесь не все было так однозначно. С некоторой осторожностью рассматривали это событие авторы еженедельника «Аргументы недели»: «Черноморский флот возвращает величие... Севастополь больше не зарубежная военная база, а место постоянного базирования ЧФ... Но Киев не оставляет надежд вернуть Крым силовым путем» (АН. 20 марта). Порой в газете звучали предупреждения: «Эйфория от крымского феномена скоро улетучится, и вновь вернутся серые будни... (Угланов А. АН. 20–26 марта). На фоне этой эйфории в обществе возникают вопросы, которые не могут обойти газеты. «Что нас ждет? – Если Российское государство действительно существует как выразитель интересов народа, а не как совокупность начальников с их секретаршами, ему придется от либерального грабежа страны переходить к ее развитию» (Поможем «вашингтонскому обкому». М. Делягин. АН. 20–26 марта).

Осторожные суждения и предупреждения время от времени встречались и в других изданиях. В процессе присоединения Крыма к России жителям многонационального полуострова российскими властями было дано много обещаний, которые касались, в частности, языковой ситуации в Крыму, вопросов представительства разных национальностей в органах власти и полной реабилитации народов, репрессированных в СССР много десятилетий назад. И это было справедливо по отношению к людям, пережившим трагедию и несправедливость в советский период. Но обещания не остались незамеченными и другими россиянами. Так, 7 марта «Советская Россия» публикует письмо жителей Вологодской области президенту страны, наделавшее много шума в СМИ. Жители Вологодской области попросили президента В.В. Путина ввести в их область войска. Свою просьбу они объясняли тем, что «...мы тут тоже все сплошь русскоязычные... И наши права очень ущемляются... Мы все очень страдаем, а оккупанты, захватившие власть при помощи нечестных выборов, ничего не

делают для местного населения... Просим вести войска». А затем спрашивают: «Можно ли потратить деньги, предназначенные для Крыма, на нормализацию жизни в Вологодской области?». Обращение к президенту России было очень необычным и в сложившихся условиях было общественностью проигнорировано, за исключением нескольких сообщений по FM-радиостанциям.

В конце марта в газете «Аргументы недели» (в ее вкладке «Национальный акцент» №12) появилась еще одна интересная для нас публикация – «Катализатор Крым» (автор – известная журналистка М. Лянге). В этой публикации говорилось: «Репрессированных народов у нас в стране 12. Глядя на щедрые обещания в адрес крымских татар, лидеры общественных организаций этих народов вполне могут начать требовать от государства свою часть «недоданной реабилитации»... Ингуши требуют возврата части Пригородного района (из Северной Осетии), немцы ждут восстановления своей республики в Поволжье, татарские националисты требуют заменить кириллицу на латиницу, в Карелии требуют ввести 3 государственных языка, включая финский. И в целом, преференции у российских республик сейчас выше, чем у областей. Вопрос о выравнивании статуса субъектов обостряется». Но и на эти, довольно серьезные претензии, отклики в прессе пока не последовали.

Вопросы – «**Что нас ждет?**» и «**Что будет впереди?**» заставляли задуматься многих обозревателей и комментаторов и до референдума, и после него. «Представим: Крым стал частью России. Как будет смотреться гипотетическая 22-я по счету республика, 84-й регион в составе РФ на экономической карте страны среди остальных 83-х субъектов Федерации?», – спрашивает автор публикации в «Аргументах недели» и продолжает: «Если Крым перейдет к России, будет большой передел собственности» (Крым как регион России). «Сейчас многие озабочены освоением Крыма... Несколькими месяцами ранее еще большее оживление наблюдалось вокруг Дальнего Востока... Между тем, помимо Крыма и Приморья, в России под девять десятков регионов, 8 федеральных округов (с Крымом – 9). И все это надо как-то развивать» (Десятая часть страны. К. Гурдин. АН. 27 марта – 2 апреля).

Вопрос «Что ждет Крым и Россию в случае объединения?» интересует и «Комсомольскую правду». «Крым проголосовал за присоединение. Что дальше?» (КП. 20–27 марта). «Что, кроме курортов, получают россияне в случае присоединения Крыма?», – размышляли аналитики и журналисты еще перед присоединением (КП. 13–20 марта). И позже газета предположила, что, возможно, полуостров станет свободной экономической зоной (КП. 17 марта). Обсуждалось и еще одно предположение: «Не пойдет ли Донбасс в Россию вслед за Крымом?». Журналистов «Комсомолки» интересовало и то, «как полуостров связать с Россией?» (КП. 18 марта). События тем временем развивались дальше, и газеты уже переключили внимание читателей на то, что «Россия приступила к разработке плана по военной безопасности Крыма» // «Подписан указ о повышении зарплат силовикам Крыма» // «Крым переходит на российский рубль» (СР. 1 апреля). Постепенно жизнь в Крыму перестраивается, но нотки тревожности в прессе и в общественной атмосфере все еще сохраняются: «Как не отдать крымскую победу мародерам?» (КП. 19 марта).

Примерно так выбранные нами газеты представляли своим читателям в марте 2014 г. громкие и бурные крымские события. При этом, выделяя и заостряя некоторые моменты или замалчивая другие, они подчеркивали, что последствия этих событий значительны не только для двух наших стран, но и для всего мирового сообщества.

Актуализация идеи единства страны и ее народов. Однако напомним, что одним из важных направлений нашего исследования было и рассмотрение того, как в период возвращения Крыма, в дни всеобщей тревоги и радости российская пресса создавала и представляла своей аудитории образы России и россиян, образы Украины и ее жителей, образы других стран и народов. Мы считали важным увидеть насколько в эти дни в СМИ была актуализирована идея единства страны и ее народов. И как на фоне всеобщей радости СМИ выполняли одну из важных своих гражданских задач – укрепление общероссийской идентичности, единение и консолидацию россиян?

Необходимо отметить, что остро актуальная в нынешних условиях задача формирования общегражданской российской

идентичности и укрепления гражданского единства народов России при сохранении их этнокультурного разнообразия, была акцентирована в «Стратегии государственной национальной политики РФ»¹, в документе, представляющем по словам экспертов «своеобразный образ будущего страны»². Но, несмотря на множество комментариев современных политологов, философов, историков и психологов, до сих пор эта задача не конкретизирована. Возможно поэтому в нынешних условиях эта деятельность СМИ трактуется исследователями пока неопределенно, а другими – и вовсе отвергается. Но интеграционная миссия отечественной прессы традиционно остается одной из важных для сохранения межэтнического и межконфессионального мира в стране, и конечно, для повседневной деятельности СМИ и идеологов разных уровней.

Нам представляется, что одним из проявлений гражданской деятельности СМИ в данном контексте можно считать формирование и трансляцию в массовое сознание позитивных образов нашей страны, нашего многонационального народа, наших ценностей и достижений во всех областях жизни, а также и сравнительных образов «других» – наших друзей, соседей, оппонентов или противников. Важно также конструировать и распространять основные идеи, связанные с поступательным развитием страны и ее безопасностью, с взаимоотношениями других стран и народов. Подобные материалы, явно или незаметно транслируемые в общественное пространство, могут способствовать укреплению национально-ориентированного массового сознания россиян.

Обратимся к результатам нашего анализа, выявившего некоторые образы стран и народов, а также основные идеи, распространявшиеся в этот период газетами.

Кто такие «они» на страницах центральных газет? Как известно, одним из способов сплочения группы может служить разделение людей на «своих» и «не своих» (других, чужих). При

¹ О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года. Указ Президента РФ от 19 декабря 2012 г. № 1666. 19 декабря 2012. base.garant.ru.

² Зорин В.Ю. Заметки политолога. Н. Новгород, 2013. С. 33.

конструировании образов «своих» и «других» идет приписывание тем и другим определенных черт и характеристик, чаще всего мифических, совсем необязательно существующих в реальности. В ситуации жесткого противостояния – это образы «врага» против образа «героя», который вынужден бороться с «врагом» или «противником»¹. Описывая стремительный процесс возвращения Крыма в Россию, газеты неизбежно касались такого разделения аудитории на «нас» (условно – сторонников воссоединения) и «их» (противников этого события). Они рассматривали «наши» и «их» аргументы в этом противостоянии, затрагивали тему взаимоотношений «нас» с «другими». При этом в информации выделялся собирательный, хотя несколько расплывчатый и неоднозначный **образ «они»**. Каждое издание представляло читателям свои образы. Но, как правило, «они» в большинстве случаев в эти мартовские дни – это «наши» оппоненты или противники. «Они», в случае с описываемыми событиями, это не только Украина, но и «Запад». Это, условно говоря, наши оппоненты на Западе, западные страны и политики, с которыми у нас много спорных вопросов и различий во взглядах на многие ситуации. И их так же представляла пресса (КП. 13, 15 марта). Но в других случаях «они» в трактовке данных газет – это Украина, ее новая (нелегитимная) власть, ее политики, военные, часть ее жителей – «боевики», «евромайдановцы», «узурпаторы» и простой народ.

В большинстве случаев в этот период образ «они» был в наших газетах негативным и лишь изредка нейтральным. Аналитики давно заметили, и это трудно не увидеть, в том числе и в СМИ, что в ситуациях противостояния, в рамках борьбы идеологий, в вооруженных конфликтах как бы «включаются» механизмы «намеренного разрушения» образов противников, осуществляются переходы от образа друга к образу врага. Все это мы не раз видели на практике в отношениях обычных людей и целых стран. И все это, как правило, легко воспринимается массовым сознанием².

¹ Подробнее см.: Почепцов Г. Указ. соч. С. 47.

² Подробнее см.: Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели. <http://www.mediascope.ru/node>.

Показывая общую геополитическую ситуацию, складывающуюся к этому времени между нашими странами, газеты писали о «явном иностранном вмешательстве», о том, что «Украину отрывают от России, стремясь сделать ее слабым, но враждебным государством по отношению к нашей стране» (КП. 1 марта). «Погромы на Украине», события на киевском Майдане и в других местах в конце февраля и начале марта 2014г. описывались в наших газетах как «геополитический вызов Запада» (СР. 1 марта). Уже после присоединения Крыма аналитики отмечали «политическую неудачу Запада, пытавшегося справиться с Россией» (В. Никонов. КП. 31 марта). На фоне усиливающегося противостояния комментаторы подчеркивали, что СМИ государств-спонсоров Майдана пытаются и у западного обывателя создать неправильное мнение о России как об агрессоре.

В ответ на обвинения наших противников авторы публикаций не всегда могут найти убедительные аргументы. Однако они осознают нестабильность сложившейся ситуации и призывают усиливать оборону нашей страны. Для надежной защиты, считает автор статьи в «Аргументах недели», в РФ необходимо создать «воздушно-космическую оборону» (П. Караваяев. АН. 27 марта – 2 апреля). На страницах этой же газеты представитель ЛДПР В. Фарафонов также предупреждает, что следует ожидать «резкого усиления давления на Российскую Федерацию», что «на Россию надвигается беспощадный ливень информационных атак», экономические санкции... Он задает вопрос: «Бояться ли нам?». И уверенно отвечает: «Нам бояться нечего! Но ответные меры России необходимы. И они будут жестче для них, чем для нас... Все им обернется боком, а им нужны контакты с нами... Они ничего не выиграют, а лишь усилят Иран и Китай. А усиление роли этих стран опасно для самой Америки» (АН. 27 марта – 2 апреля). В качестве подтверждения и «Комсомольская правда» ссылается на мнения западных бизнесменов: «Если наказать русских, то кто к нам деньги привозить будет?» (Е. Аракелян. КП. 20 марта).

Таким образом, мозаичный образ «они = Запад» выступает в прессе как наш противник и антагонист, и его сопровождают в прессе идеи: «Запад, поддерживая новое украинское правительство, провоцирует опасное продолжение противостояния Украины и России. Но даже эти провокации, а также экономические

санкции и информационное давление на нашу страну нас не пугают. Тем не менее, мы должны защищаться и делать нашу страну сильной».

Сложный идеологический образ «они», связан в нашей прессе и с самой современной Украиной. Стоит отметить, что историческое прошлое Украины, даже советский период, в эти дни в газетах практически не затрагивались, хотя эта информация могла бы показать совместное плодотворное развитие, взаимодействие и реальную дружбу двух республик и их народов. Но в 2014 году газеты указывали на многочисленные проблемы этой страны, по сравнению с Россией «возведенные в куб» (слова В.В. Путина, СР. 6 марта). Согласно негласным законам пропаганды, опасность и страх перед противником призван трансформироваться в «гневную отповедь»¹. Поэтому информационное противостояние, согласно этим законам, усиливается с обеих сторон. «Советская Россия» в своих эмоциональных публикациях подчеркивала «нелегитимность киевской власти», называла власти в Киеве «узурпаторами» и «самопровозглашенным руководством Украины». Газета рассказывала о «бандеровцах» и «бандерофашистах», о «фашиствующих молодчиках», третирующих местное население (СР. 4, 6 марта), а киевский Майдан называла «площадью позора» (СР. 25 марта). Россию при этом, по словам наших газет, украинские идеологи представляли, как своего врага, против которого народ Украины должен объединиться.

Активно создавала образ «их» в эти дни и «Комсомольская правда». Газета показывала жителей Украины как людей, не понимающих ситуацию, но, тем не менее, спокойно получающих деньги от России. Журналисты газеты также рассказывали о «бандеровцах», об их «лживом телевидении» (КП. 15, 18, 26, 29 марта). В статье «Жертвы укрогеббельса» автор «Комсомолки» Е. Холмогоров рассказывал читателям, что «...Геббельс украинского разлива даже не пытается подмешивать ко лжи правду. Жителям Украины рассказывают, что Россия объявила им войну, что в Крыму на референдум пришли 30% избирателей, из которых 70% проголосовали за Украину, что в Симферополе голод, что

¹ Почепцов Г. Информация и дезинформация. Киев, 2001. С. 45.

русские захватывают украинские части, прикрываясь женщинами и детьми ... Конечно, народ Украины должен сам решать свою судьбу, – продолжает автор статьи. – Но надо понимать и то, что он невменяем сейчас под воздействием заведомо ложной информации. наших братьев заведомо сводят с ума. Забывается даже кровное родство». И вывод был однозначен: «Украина превращается в европейское Сомали» (КП. 27 марта).

«Комсомолка» затрагивала также и проблемы двуязычия: «Мода на мову появилась и быстро схлынула. И опять все перешли (на Украине) на язык заклятого врага. Теперь даже теоретическую базу подвели: мол, это наша особая исключительность, многоязычие, толерантность, ненависть к москалям, которые во все и не славяне» (КП. 31 марта). Представляя для российских читателей атмосферу в столице Украины, журналисты «КП» писали: «В Киеве хаос и двоевластие, как в Петрограде 1917 г. ... Потрепанный бандеровским налетом имидж... Толпа, свершившая революцию, оказалась не у дел ... Одиозные предводители этой толпы ...». В свойственной этой молодежной газете манере сообщалось, что «на Майдане начали сажать. Пока чеснок и лук» (КП. 31 марта). Объясняя «нашу» позицию, газета в разных контекстах упоминала, что «Украина незаконно присвоила Крым и 22 года вела себя как оккупант на захваченных территориях, спохватившись, лишь когда полуостров совершил отчаянный рывок в сторону России» (КП. 31 марта).

Обсуждалась на страницах газет и судьба Украины в будущем. Одни авторы «предрекли Украине грузинизацию». Другие предполагали, что «Украина может рассыпаться на куски» (КП. 27 марта). Частичным ответом на эти предположения стала публикация этой смешливой газеты днем раньше: «Чтобы навредить России Украина готова разориться» (КП. 26 марта). Приведем некоторые другие заголовки публикаций:

Украина грозит ввести визы для россиян. Но это прежде всего ударит по самой независимой (КП. 21 марта) // *Украинские офицеры идут под российские погоны; Приказ Киева войскам: покинуть Крым!* (КП. 25 марта); *Украинские военные уходят домой; В Феодосии сдалась последняя независимая воинская часть;*

Киев отключает Крыму свет. Чем ответит Москва? (КП. 22 марта).

Авторы еженедельника «Аргументы недели» также довольно жестко комментировали текущие события и представляли обобщенный образ нынешней Украины для россиян как «неправильный». При этом упоминались «отморозки-бандеровцы», подчеркивалось, что Украина еще долго будет оставаться нашей головной болью (АН. 20–26 марта). «Украина сегодня – это огромное, архаическое гуляй-поле... Изгнание, хоть и плохонького, но вполне легитимного президента Януковича породило на бескрайних украинских просторах гибель армии, торжество революционной законности, вынесение приговоров без суда, экспроприацию экспроприаторов. Все вместе это называется анархией и трагедией миллионов людей» (АН. 27 марта – 2 апреля). Наблюдатели и этой газеты предсказывали, что «в рядах кабинета министров Украины, в Верховной Раде и на Киевском майдане непременно вспыхнет грызнь» (там же). В целом, основные идеи и в этом издании сводились к тому, что «власть на Украине нелегитимна, поскольку она была узурпирована бандой» (АН. 13–19 марта) и что «Украина сама была сепаратистским образованием, когда в XVII веке ушла из Речи Посполитой» (АН. 20 марта).

Немало внимания в этот период уделяли российские газеты и армии сегодняшней Украины. И, как уже упоминалось выше, выводы аналитиков были далеко не лестными. Активнее других в этом плане был еженедельник «Аргументы недели». Журналисты писали, что в украинской армии «офицеры без мозгов», «деньги для армии «собирают на паперти», и «развертывается украинская армия ради развертывания» (АН. 20 марта). В этой газете не раз встречались выражения: «бестолковый офицер», «растяпа-офицер», «пародия на армию» и др. К этим описаниям присоединялась и «Комсомольская правда», указывая, что «в украинской форме зимой холодно, летом жарко, да неноская она» (КП. 31 марта). Поэтому, по мнению наших экспертов, украинской армии «лучше не отвечивать» (АН. 20 марта). И вообще, Крым отделился от «нелюбимой матери-родины», которая планировала сорвать референдум и решить проблемы военным путем (АН. 13–19 марта).

Но, надо отдать должное нашим СМИ, которые не смешивали власти и народ Украины и на протяжении долгого времени внушали нашим гражданам идею, что население Украины – это наш братский народ. Власть – отдельно и народ Украины отдельно. Важно отметить и подчеркнуть, что об украинском народе газеты писали почти всегда уважительно, иногда с беззлобным юмором, практически не позволяя себе негативных высказываний (как на некоторых телевизионных каналах), типа: «москаляки», что нередко встречалось, по сообщениям наших же газет, в украинских СМИ. Более того, в первой половине марта наши газеты настойчиво называли украинцев «братьями», «братским народом», показывали, что по всей России проходят акты солидарности с «братской Украиной» (СР. 4, 6, 12 марта). На митингах, в которых по всей стране участвовали россияне, озвучивались лозунги: «Две страны – один народ!», «Держитесь братья!» (СР. 6 марта). Активно выступающий в эти дни на страницах газеты Г. Зюганов, подчеркивая разрушающую роль «деструктивных сил Запада», призывал россиян поддержать решение об оказании помощи Украине.

Исследователи уже давно отмечают, что собирательные образы страны и народа имеют огромное значение для формирования национальной идентичности граждан, для их солидарности и единения, а также для восприятия страны внешним миром. Все страны стремятся создать о себе положительное представление, и каждый народ также культивирует в своих представлениях свой позитивный образ. Именно он, этот позитивный образ, как часть государственной идеологии, является основой для формирования национальной (общегосударственной) идентичности. Ученые называют его одним из ресурсов и механизмов нациестроительства¹.

Какой же идеологический **образ нашей страны и нашего народа** формировала российская пресса в этот период? Анализ мартовской газетной информации показал, что образ «мы» в этот

¹ Тишков В.А. Российский народ. История и смысл национального самознания. М.: Наука, 2013. С. 65–77.

период был представлен газетами в основном позитивно и несколько объемнее, чем образ «они». Газеты подчеркивали миролюбивые черты россиян, их доброту и солидарность, сообщали, что в России начался сбор средств для жителей Крыма (СР. 12 марта), что мы отправляем крымчанам лекарства (КП. 15 марта). Рассказывая о непростой ситуации в соседней стране, газеты цитировали слова Путина о том, что «и у нас этих проблем предостаточно» (СР. 6 марта). Чтобы более наглядно представить материалы прессы о России и россиянах, мы решили разделить их на несколько основных групп под условными названиями: 1) «Присоединение Крыма – радость для нас»; 2) «Мы и наш характер»; 3) «Нам грозят санкциями»; 4) «Наша власть» и 5) «Наша армия». Приведем подборку материалов, показывающих эти группы на страницах газет.

1. *«Присоединение Крыма – радость для нас»*. Эта идея представлялась всеми изданиями как одна из важных для современной России. И выражалась радость по-всякому – в прессе были эмоциональные и восхищенные лозунги, призывы, частушки, насмешки, фотографии радостных людей, попытки оправдать, но и трезво осмыслить ситуацию. «Завершен юридический процесс присоединения полуострова», – пишет 22 марта «Комсомолка». «Беларусь признала полуостров в составе РФ», – с радостью информирует читателей она же, показывая, что и у нас есть сторонники наших поступков (КП. 24 марта). «Рейтинг Путина в два раза выше, чем Обамы», – сообщает газета радостную весть. «Московскому патриарху дороги и русские, и украинцы» (КП. 28 марта).

Многие, довольно эмоциональные материалы газет из этой группы уже были упомянуты нами выше. Поэтому здесь мы приведем еще только попытку первого осмысления и объяснения наших действий своей и «чужой» аудитории. «Правильно ли мы поступили, сказав Крыму: «Здрасьте!»? Правильно ли мы открыли дверь? – спрашивает на страницах газеты известный российский актер В. Сухоруков. И отвечает: «Для меня это несомненно, что Крым вернулся домой. Руководство страны исправило ошибки минимум 2-х правителей – и Хрущева, и Ельцина» (КП. 20

марта). Российская Общественная палата провела слушания по поводу присоединения Крыма к России. «Комсомольская правда», сообщившая об этом, подчеркивала, что 60 лет Крым находился в составе Украины незаконно. И сейчас продолжаются нападки на Россию, которую обвиняют в том, что она «чуть ли не аннексировала, присвоила чужую землю. Идет попытка представить, что Крым – это историческая территория Украины, а голоса жителей полуострова, высказавшихся на референдуме за возвращение домой в Россию, ничего не значат. Но восстановление исторической справедливости и нарушенного законодательства – это не мелочь», – в очередной раз отметил на страницах газеты К. Затулин (КП. 31 марта). Идея о том, что «мы восстановили историческую справедливость, воссоединившись с частью русских земель» утверждалась в общественном сознании и другими газетами (А. Титов – бизнесмен. АН. 27 марта – 2 апреля). Эта идея просто витала в воздухе в этот период.

Многие материалы газет в эти дни могли способствовать формированию гордости россиян за свою страну. Но некоторые публикации были прямо направлены на это. Та же «Комсомольская правда» задала небольшой вопрос представителям творческой интеллигенции: «А вы бы как свою гордость за Россию выразили?». И ответы известных артистов и художников, тоже оказались творческими: «Моя гордость за страну – одно гражданство. Сейчас не стыдно быть русским и за границей» (Пригожин – продюсер) // «Надо просто работать и быть ответственным. Хотя понимаю тех, кто носит майки с надписями, часы, ходят со знаменами» (Хакамада – бизнесмен) // «Несу русскую культуру по всему миру» (музыкант) // «Во всех моих картинах – любовь к стране» (Н.Сафронов художник) // «Воспитаваю патриотов. На балконе у меня флаг, в будильнике – гимн» (читатель. КП. 24 марта).

2. **«Мы и наш характер».** Как всегда, в прессе присутствуют и материалы, представляющие образ «мы». В данном случае – это собирательный образ россиян, порой незаметно (или намеренно) перетекающий в образ русских. Он состоит из многочисленных элементов, прежде всего, показывающих «наш» характер, наш

менталитет, наш образ жизни. В наших предыдущих исследованиях прессы, мы уже не раз отмечали, что образ «мы», представляемый многими российскими изданиями (особенно центральной прессой), в отличие от газет других регионов, всегда представляется для читателей далеко не только позитивным¹. И теперь, даже в самые радостные для россиян дни эта традиция не изменилась.

Известный телепутешественник Дм. Крылов, сравнивая «нас» с другими народами, рассуждал на страницах еженедельника «Аргументы недели» о противоречивых чертах нашего человека: «Мы люди более открытые и готовы обсуждать даже с незнакомыми людьми политические и даже философские вопросы. Но русским людям, – говорит он, – характерно полярное отношение к своей стране: либо “не надо рая, дайте родину мою”, либо – “отсталая Рашка” ... А в некоторых точках России ощущается разлитая в воздухе злобность» (АН. 6–12 марта). О роли водки в русской истории – «национальном русском продукте» рассуждает в этой же газете К. Расулова, отмечая, что «беленькая приносит нам и радость, и горе», и что у иностранцев Россия ассоциируется с водкой». И даже одной из причин «развала» Советского Союза, считает она, стал «народный бунт, вызванный борьбой за трезвость» (АН. 20–26 марта). Тем не менее, несмотря на некоторые наши недостатки, мы возвратили Крым России. И хотя «СМИ государств–спонсоров Майдана пытаются создать у западного обывателя мнение о России, как об агрессоре. Но это не так! Мы – не агрессоры», отрицает газета (АН. 27 марта – 2 апреля). По этому поводу стоит еще раз привести слова актера В. Сухорукова, утверждавшего в интервью «Комсомольской правде», что: «Да, мы сильные! Но говорить, что мы сильные, это заблуждение. Когда мы хорохоримся, в этом нет силы. Сильный молчит. Сильный не должен махать руками. Он должен понимать ситуацию и внушать всем, кто грозит, кто скалится: успокойтесь!

¹ См. подробнее: Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М., 2002.

Не будите во мне зверя! Еду-еду – не свищу, а наеду – не спущу!» (КП. 20 марта).

3. **«Нам грозят санкциями».** Эта идея, бывшая в марте 2014 года только предположением, как известно, быстро стала реальностью. Но в марте она была еще неясной. Тем не менее, все газеты рассматривали и эту угрозу для нашей страны, откликаясь на нее тезисом, что «Нам бояться не следует. Мы – страна, располагающая всем необходимым для создания мощной экономики, оборонного потенциала и удовлетворения всех жизненно необходимых потребностей человека... Не так страшен черт, как его малюют», – успокаивал россиян на страницах «Советской России» еще до референдума в Крыму профессор экономики Катасонов В.Ю. (СР. 12 марта). Аналитики задавались вопросами: «Как скажется воссоединение с Крымом на экономике России?» // «Санкции против России – блеф или козырь Запада?» // «Кому хуже от исключения России из «большой восьмерки»?» (КП. 27 марта – 3 апреля). Вполне осознавая, что Россия вновь стоит перед угрозой международной изоляции, мы пошли на это. А «российское руководство вновь, как и много раз в прошлом, оказывается лишь с двумя верными союзниками – армией и флотом» (А. Угланов. АН. 27 марта – 2 апреля). Может показаться несколько странным, что и в наших газетах приводились в те дни мнения представителей наших противников, воспринимавших ситуацию с Крымом едва ли не с пониманием – сочувствием к нам: «Введение санкций против России – это выстрел себе в ногу. У России есть ядерная экономическая бомба, которая разрушит экономику США», – так считал американский финансист Дж. Синклер (Е. Беляков. КП. 27 марта).

4. **«Наша власть».** Эта тема, традиционно, на протяжении всех постсоветских десятилетий освещалась в нашей центральной прессе с критическим уклоном. Это подтверждают и многие наши предыдущие исследования российской прессы, и обычный читательский взгляд. Но в этот период и представители наших властей слышали от прессы слова одобрения: «Депутаты Госдумы вдруг резко объединились и стали, по сути, тем «политическим паровозом», что протаскил Крым в его светлое российское будущее (А. Угланов. АН. 20–26 марта) // «Стремительность и

стоцентная успешность всей суммы событий, которые привели к воссоединению Крыма с Россией... Гениальная операция. Все очень хорошо было продумано заранее» (В. Третьяков. КП. 27марта – 3 апреля). Следует отметить очень заметную, но к тому времени все еще полускрытую роль президента страны В.В. Путина, который, как оказалось впоследствии, был одним из инициаторов и вдохновителей операции по присоединению Крыма, а затем – и самым главным для страны и для СМИ ориентиром, своеобразным «идеологом присоединения», объяснявшим соотечественникам историческое значение этого события для России.

Но критический настрой против некоторой части властных структур не остался и в этот период без внимания. Особенно критично выступали комментаторы на страницах газеты «Аргументы недели». Авторы этого еженедельника, радуясь вместе со всеми россиянами, все-таки не могли и в эти дни не указать на своих политических и экономических оппонентов: «Сейчас возрождению России не мешает ничто, кроме предателей во власти. Представители оффшорной олигархии, грабящей и разрушающей нашу Родину на протяжении всей четверти века национального предательства...» (М. Делягин. АН. 20–26 марта). «Наши» обладатели поместий, дворцов, тех же счетов из первой сотни миллиардеров «Форбса» стоят сегодня на распутье. Стоят вместе с министрами-миллионерами правительства Медведева... (Угланов. АН. 13–19 марта). «Либеральные экономисты (наши), приведшие страну к состоянию невменяемости, продолжают дуть в уши Путину свои теории. За их сладким шепотом можно проспать свой «расейский» майдан» (А. Угланов. АН. 6–12 марта). За этой критикой, за этими осуждающими идеями и ярлыками, частично поддержанными и газетой «Советская Россия», несколько теряется пафос общего российского единения и социального оптимизма, которым была пронизана общественная атмосфера страны в эти дни.

5. *Наша армия*. «Эта группа материалов может быть объединена главной идеей: «Мы можем гордиться своей армией». Особое внимание проявил к этой тематике еженедельник «Аргументы недели». Причем, разные авторы уверенно отмечали, что «...список вполне реальных преимуществ в Вооруженных силах

РФ выходит весьма длинным: высокий уровень подготовки военнослужащих и большой боевой опыт, высокая насыщенность войск современной техникой, средствами связи и боевого управления..., высокая мобильность частей, их способность... Приятно, когда нашу армию оценивают по достоинству» (АН. 20–26 марта) // «Оборонный комплекс России задушить санкциями не получится. Но определенные неприятности доставить России можно. Любые подобные действия лишь подстегнут работы по выпуску аналога в России» (Я. Вяткин. АН. 27 марта – 2 апреля) // «Следует ожидать резкого усиления давления на РФ. На Россию надвигается беспощадный ливень информационных атак, экономические санкции... Ответные меры России необходимы. И они будут жестче для них, чем для нас» (В. Жириновский. АН. 27 марта – 2 апреля). Присоединяясь к мнению, что наша армия – это наша гордость, и «Комсомольская правда» приводит слова бывших военных украинской армии в Крыму, которые стремятся служить России: «Мы – русские. И хотим служить по-русски». И газета с удовлетворением подчеркивает, что теперь русские действительно служат своей стране» (КП. 31 марта).

Таблица

Некоторые идеи, распространявшиеся российскими газетами в период возвращения Крыма. Март 2014 г.

О КРЫМЕ
Фактор Крыма сегодня играет основополагающую роль во всей внешней и внутренней политике России
Крым в составе Украины находился незаконно
Возвращение Крыма – это восстановление исторической справедливости
Это исправление ошибок 2-х правителей России
Будущее Крыма в составе России оптимистично (курорты, инвестиции, светлое будущее)
И в других регионах России хотят перемен, как и в Крыму
Крымские события – это провал разведки США
РОССИЯ И МЫ
Россия – это политически стабильное и богатое государство

Идея о том, что весь мир против нас – неправда
У нас есть союзники в этом вопросе (Китай, другие страны, наши армия и флот)
У нас – свобода слова, наши журналисты рассказывают людям правду
Нам угрожают, но мы не боимся
Мы готовы отстаивать права соотечественников в любой ситуации
Россию прижать не получится
Мы верим в Россию. Мы гордимся Россией. У нас ситуация лучше, чем у них
И у нас есть недостатки (любовь народа к водке, наша власть, предатели-либералы, олигархи...)
Впереди нас ждут санкции, но мы их не боимся
РОССИЯ И МЫ
Санкции повредят не нам, а им. Им нужны контакты с нами
Оборонный комплекс России задушить санкциями не получится
Рейтинг Путина выше, чем рейтинг Обамы
Мы должны защищать себя, страну и наше информационное пространство
Нам надо усилить свою оборону
Запад пытался справиться с нами, но потерпел неудачу
УКРАИНА
Украинцы – наш братский народ
На Украине анархия и трагедия миллионов людей
В Киеве сейчас плохо, это трагедия для простых людей
В Киеве хаос и двоевластие, как в Петрограде 1917 г.
Идет новая волна миграции из Незалежной
Будущее Украины – не очень
Руководство Украины – самопровозглашенное, нелегитимное
У власти в Киеве – откровенные русофобы
Часть украинской элиты очень непримирима к России
В украинском руководстве продолжаются ссоры
У них плохая и слабая армия, глупые офицеры
У них лживое телевидение и все СМИ
Украина превращается в европейское Сомали

Приведенные в таблице данные показывают многообразие идей, распространявшихся газетами в период присоединения

Крыма к России. Эти идеи порой совпадают во всех трех изданиях, но нередко и различаются. Поэтому в данном случае нельзя уверенно и однозначно говорить о единой «указке» нашей свободной прессе «сверху».

Заключение

История знает немало случаев, когда между соседними странами и народами случались недоразумения, охлаждения, вооруженные конфликты и даже войны. История также показывает, что когда-то эти явления заканчиваются и опять восстанавливаются мирные и добрососедские отношения. Так будет и с нашими странами. К слову сказать, эта идея в данных изданиях не просматривается.

Подводя итоги анализу российских газет, можно подчеркнуть, что одним из многих видимых поводов для развития противостояния между Россией и Украиной стало ограничение (лишение) этнических и гражданских прав русских граждан в украинских регионах, что и привело в конце концов к недовольству и массовым протестам населения в приграничных с Россией областях, к объявлению Крымом своей независимости и к вступлению его в Российскую Федерацию в качестве равноправного субъекта. Центральные российские газеты, как и все другие СМИ, получили в этот период еще один повод стать важной площадкой для обсуждения и рассмотрения разных общественно-политических позиций очень сложного и неоднозначного процесса перехода части территории от одной страны к другой.

Три современных центральных российских газетных издания, разных по своей общественно-политической направленности, как и многие другие российские СМИ, довольно много внимания уделяли среди всей прочей информации процессу возвращения Крыма в Россию. Они показывали это событие поступательно, день за днем, как одно из важнейших в современной истории нашей страны. Сравнительное исследование информации об этих событиях позволило увидеть некоторые совпадения и различия в их трактовке разными изданиями. Наш анализ показал, что возвращение Крыма и Севастополя в Россию оценивалось в этих га-

зетах как позитив и представлялось авторами сообщений как восстановление исторической справедливости, как пример защиты российских национальных ценностей, как пример реализации Россией своих законных прав. Однако не всегда учитывалось, что информацию воспринимают не только внутренние, но и внешние читатели и аналитики, несогласные с такой трактовкой, поэтому в некоторых случаях был замечен недостаток аргументов.

Если исходить из того, что важной задачей государственных и общественных СМИ является среди прочего и формирование у аудитории государственно-ориентированного массового сознания и общественного мнения, то возвращение Крыма в состав России стало для российских идеологов, в том числе и для СМИ, важным и беспрецедентным для последних десятилетий поводом. В этот момент в идеале должна была активизироваться пропагандистская деятельность во всех каналах МИ, усилиться их работа по укреплению общегражданской идентичности и по сплочению граждан страны. Предполагается, что гражданская миссия СМИ в подобные, довольно уникальные периоды должна усиливаться во много раз. И все три газеты попытались это сделать, показывая, что возвращение Крыма и Севастополя в состав России – это большая наша победа, вызывающая гордость у ее граждан.

Анализ информации показал, что не все издания повторяют и пропагандируют определенный набор идей. Однако для всех изданий (подчеркнем – разной общественно-политической направленности) в эти тревожные и радостные дни возвращения Крыма в Россию было важно отметить, что «Россия – это стабильная, уверенная в своей правоте и богатая страна», что «у нас есть союзники, и не только армия и флот, но и другие страны», что «мы осознаем угрозы и риски от наших оппонентов, но бояться их нам не следует», что «Россию прижать не получится». И теперь, в дни нашего триумфа, мы гордимся своей страной.

Вместе с тем, нельзя не отметить, что образ нашей страны представлен в нынешней центральной (независимой?) прессе очень схематично, скорее, эмоционально-лозунгово, чем аргументированно. И не только в этот период, о чем говорят и наши прежние исследования. В данном случае это, возможно, было связано с некоторой спонтанностью самого события. Конечно,

газеты – не учебник истории или географии. Но, как известно, общегражданская идентичность формируется у людей в том числе и с помощью знаний (напоминаний) аудитории о территории страны и о ее природных богатствах, о ее многонациональном населении, об истории, экономике, культуре, науке... Гражданско-просветительская миссия СМИ могла бы быть более выраженной на фоне радостного для россиян события. О многонациональности и многоконфессиональности страны и даже Крыма в этот период данные издания практически не упоминали (за редким исключением).

Рассматривая использованные газетами информационные приемы и методы, можно отметить, что во всех 3-х изданиях актуальная просветительская информация была недостаточной. Сравнительно мало и однобоко показывалась история России и Крыма, в основном – только в небольших выдержках из выступлений президента страны В. Путина. Информация о том, как самоотверженно россияне защищали Крым и Севастополь во время войн на страницах газет практически отсутствует, нет информации и о том, как спокойно жили люди в Крыму в советское время. В газетах нет имен выдающихся людей, в разные периоды защищавших и отстаивавших Крым от врагов. Идея преемственности поколений осталась очень расплывчатой. Все это можно объяснить также определенной спонтанностью и стремительностью самого события. И еще тем, что в нашей научной литературе не уточнены такие рабочие понятия как «единство и общность народа», «духовные скрепы», не всегда понятны «маркеры или критерии сплоченности» россиян и др. И само понятие «патриотизм», публично критикуемое определенной группой идеологов, теперь как бы со смущением употребляется в прессе. Кроме того, в общественном сознании (и у идеологов, и у населения) отсутствует «внятный образ будущего страны», к которому идет современная Россия.

Сам процесс присоединения Крыма и предшествующие этому событию представлялись на страницах центральных газет не только с помощью фактического материала, но и с немалой долей эмоций. Эмоциональная составляющая газетной информации в мартовские дни 2014 года – тревога и возмущение россиян поло-

жением русского населения на Украине, волнения перед референдумом и радость в последующие дни – все это было отражено достаточно ярко. Журналисты, общественные деятели всех уровней, политики и простые люди – все так или иначе комментировали эти события. Эти тревожные и радостные события не могли не найти отклик в душах россиян и вызвать у них определенную мобилизацию и патриотический подъем. Гордость за свою страну, за ее историю, проявлявшиеся в том числе и в восторженной лексике, в лозунгах – все это отражалось в газетах и создавало в эти дни радостный настрой в стране.

Если поначалу газеты упоминали «славянское братство», вспоминали общие у россиян и украинцев события – в основном войны или праздники, то к середине марта толерантная риторика сменилась конфликтно-обвинительной в адрес Запада, в адрес украинских властей, их силовых структур и объединений. Газеты представляли своим аудиториям образы бывших и новых властей Украины (негативные), но очень редко – представителей простых людей. Несмотря на присутствие наших журналистов на Украине, материалов о жизни простых людей и их мнений о происходящих событиях в газетах практически не видно.

Иллюстрации







Илл. 1. «Вежливые люди» в Крыму. Иллюстрации взяты из Интернета



Илл. 2. Примеры газетных иллюстраций к материалам о митингах россиян по поводу возвращения Крыма



Илл. 2. Примеры газетных иллюстраций к материалам о митингах россиян по поводу возвращения Крыма (окончание)



Илл. 3. Плакат и демотиватор (из интернета)



Илл.4. Шутка из интернета

УКРАИНСКИЙ КРИЗИС И БОИ В ИНТЕРНЕТЕ

Появление новых технологий ведет к возникновению новых социальных явлений. Так, развитие Интернета и, в частности, блогосферы и социальных сетей, привело к значительно более плотному включению граждан в обсуждение текущих событий политической и общественной жизни. На первых этапах своего развития (1990-е – нач. 2000-х годов) Интернет был преимущественно местом, где пользователи знакомятся с информацией, размещенной на сайтах. Последующее появление новых технологий дало пользователям возможность индивидуально размещать в Сети материалы. Широкое распространение получили блоги (электронные дневники), объединенные взаимными связями. Они стали выступать как коммуникативные сети (например, *livejournal.com*, создан в 1999 г.). Следующим шагом стало создание собственно виртуальных социальных сетей¹, в которых пользователи выступают преимущественно под собственными именами, а коммуникативные связи во многом воспроизводят сеть знакомств человека в реальной жизни. Социальные сети многочисленны и построены по разным принципам, согласно запросам пользователей. Всё большее распространение получают и сайты, на которые пользователи могут самостоятельно закачивать информацию, доступную для всех. Так, сайт *Youtube.com* специализируется на размещении видеоматериалов. Методика проектирования системы, при которой пользователи Интернета могут быть не только потребителями информации, но и ее активными производителями, получила название *Web 2.0*².

¹ Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007. Vol. 13. No. 1. P. 210–230.

² O'Reilly T. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software // <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.

Обострение отношений между Украиной и Россией зимой и весной 2014 года сопровождалось мощным всплеском информационной активности в Интернете. Надо сказать, что «украинская» тематика и раньше активно обсуждалась в Интернете, причем обсуждения зачастую отличались повышенным эмоциональным накалом. Затрагивались вопросы украинской идентичности, история украинско-российских отношений, современная политика (особенно – «оранжевая революция» 2004–2005 гг. и Евромайдан 2014–2015 гг.). Однако всплеск взаимной ненависти произошел именно весной 2014 года, вследствие присоединения Россией Крыма и поддержки боевых действий в Донбассе. Совместное исследование Киевского международного института социологии и российского «Левада-центра» показывает, что в феврале 2014 года (т.е. в дни Майдана) уровень ксенофобии был еще низким: если в феврале 2014 года к России относились «хорошо» и «в основном хорошо» 78% жителей Украины, то в сентябре того же года – уже только 48%. Соответствующие показатели отношения россиян к украинцам также снизились – с 66% до 32%¹.

Надо отметить, что с обеих сторон наблюдается разграничение отношения к правительству, к государству и к населению страны. То есть, врагом склонны больше считать государство-антагониста и особенно его правительство, но не народ. Так, «очень хорошо» и «в основном хорошо» к России в целом относятся 48%, к российскому народу – 74%, а к руководству России – 21% украинцев. Для россиян соответствующие показатели отношения к Украине составляют 32%, 60% и 8%².

В условиях конфликта между государствами и взаимной ненависти между их гражданами обсуждение животрепещущих вопросов, связанных с Украиной, приобрело характер *информационной войны*, причем участниками этой войны стали не только политики и журналисты (как это было в прошлые годы, до появления Интернета и Web 2.0), но и широкие слои граждан. Насколько велика была их включенность в войну – можно судить

¹ Как изменилось отношение населения Украины к России и населения России к Украине // Киевский международный институт социологии. 6.10.2014. <http://kiis.com.ua/?lang=rus&cat=reports&id=404&page=1>.

² Там же.

по тому, насколько в обеих странах развит доступ к Всемирной сети. В июне 2014 года пользователями Интернета являлось 61,4% россиян (87 477 тыс. чел.) и 41,8% жителей Украины (18 514 тыс. чел.)¹. При этом различается представленность в Интернете разных возрастных групп. Так, в России среди молодых людей 18–30 лет количество пользователей Интернета составляет 99%; при этом 81% из них заходит во Всемирную сеть ежедневно. Для тех, кто старше 60 лет, данные показатели составляют 77% и 10% соответственно².

Говоря об информационной борьбе в формате Web 2.0, нужно учитывать количество пользователей социальных сетей, которые не только знакомятся с информацией, но и сами продуцируют ее. По данным TNS, ежедневная посещаемость социальных сетей и блогосфер в России составляет: Vk.com («В Контакте») – 22 549 тыс. чел.; Odnoklassniki.ru («Одноклассники») – 13 690 тыс. чел.; Facebook.com – 3 920 тыс. чел.; LiveJournal.com («Живой журнал») – 1 752 тыс. чел.; Twitter.com – 1 260 тыс. чел. (июнь 2015 года)³. Украинские рейтинги за тот же период показывают примерно такую же активность, причем популярны примерно те же социальные сети: Vk.com, Facebook.com, Odnoklassniki.ru⁴. Большой популярностью в обеих странах пользуются и сайты, основанные на закачивании информации пользователями. Так, Youtube.com ежедневно посещает 10 534 тыс., а Wikipedia.org – 3 740 тыс. россиян.

Таким образом, мы видим, что к информационной поддержке конфликта могут при желании подключиться огромные массы пользователей Интернета, каждый из которых выступает как добровольный пропагандист, поддерживающий определенную

¹ Internet Stats and Facebook Usage in Europe 2014 Mid-Year Statistics // Internet World Stats. <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>.

² Интерес к новостям в интернете // Фонд «Общественное мнение». 23.07.2015. <http://fom.ru/SMI-i-internet/12247>.

³ TNS Web Index: Аудитория интернет-проектов. Результаты исследования: Июнь 2015. С. 5. <http://www.tns-global.ru>.

⁴ Рейтинг популярных сайтов за июнь 2015 года // TNS Украина. 14.07.2015. <http://www.tns-ua.com/ru/global/publications/rejting-populjarnyh-sajtov-za-ijun-goda>.

точку зрения. Политический и военный конфликт сопровождается информационным конфликтом, в котором «бойцы» с обеих сторон стремятся обличить «чужих» и поддержать «своих». Информационная борьба позволяет изменить общественное мнение, повысить или понизить мотивацию непосредственных участников конфликта (политиков, военных, волонтеров), создать международный резонанс и т.д. Еще раз подчеркнем, что подобное положение дел стало возможным только при появлении новых технологических возможностей, позволяющих огромным массам заинтересованных граждан «кликом поля перегораживать», принимая посильное участие в политике.

Украинский кризис является не первым политическим конфликтом современности, который поддерживается войной в виртуальном пространстве. Для сравнения можно указать гражданскую войну в Сирии (с 2011 года по наст. время)¹.

Рассматривая **информационную войну** на примере событий 2014–2015 годов, мы видим ситуацию потенциальной недостоверности и неопределенности информации, связанной с ней. В принципе, любое сообщение, исходящее из любых источников, в условиях современной пропаганды и информационной войны может быть недостоверным и сфальсифицированным. Технология подачи информации часто предполагает непроверяемость источников и неверифицируемость. Потребителю информации, желающему составить объективное представление о происходящем, остается только лично разбираться в достоверности информации, пользуясь здравым смыслом и логикой.

Информационная война предполагает три взаимосвязанных уровня взаимодействия.

1. Подача информации высшими политическими и военными эшелонами власти. Информация преподносится в выгодном свете. Искажение информации заметно при ее сопоставлении. Так, видимо, во всех войнах противоборствующие стороны занижают собственные потери и завышают потери противника. В случае войны на Востоке Украины наблюдаются расхождения в

¹ Риад Хаддад. Электронные средства массовой информации и их роль в войне против Сирии // НЕО. Новое восточное обозрение. 4.12.2013. <http://ru.journal-neo.org/2013/12/04/e-lectronny-e-sredstva-massovoj-informatsii-i-ih-rol-v-vojne-protiv-sirii>.

оценке самого факта участия в данной войне: по неоднократным заявлениям президента Украины П.А. Порошенко и других политиков высшего эшелона власти, имеет место вторжение российской армии на территорию страны; по заявлениям представителей российского руководства такого вторжения нет.

2. Распространение информации в СМИ, прежде всего на телевидении, которое в современном мире имеет самую большую аудиторию. Необъективная подача информации российскими СМИ стала притчей во языцех, однако и украинские СМИ далеки от объективности (на это указывает колоссальный разброс в доверии к украинскому и российскому телевидению по регионам Украины)¹, и степень недостоверности, поставляемой ими информации со временем всё увеличивается.

3. Подача информации в Интернете. Этот уровень тесно связан с предыдущим, поскольку в электронном формате работает множество изданий. Кроме того, электронные версии выкладывают в Интернете «бумажные» газеты и журналы, теле- и радиоканалы. Однако здесь есть информационные пространства, существенно специфические, построенные на подходе Web 2.0.

Действия этих «бойцов войны» в формате Web 2.0 могут быть как осмысленными, так и спонтанными. Иначе говоря, они могут сознательно воспринимать свои действия как информационную поддержку какой-либо политической стороны или же выплескивать накопившиеся эмоции по принципу «не могу больше молчать».

Стоит выделить **два уровня организации** участников «войны в формате Web 2.0»: организованные или самоорганизованные группы (*веб-бригады*) и частных участников.

1. *Веб-бригады* – группы, занимающиеся размещением информации профессионально. Достоверной информации о работе веб-бригад крайне мало. Такие сообщества, как правило, не склонны афишировать свою деятельность.

¹ На это указывает колоссальный разброс в доверии к украинскому и российскому телевидению по регионам Украины. См.: СМИ и доверие к украинским и российским СМИ // Киевский международный институт социологии. 29.10.2014. <http://kiis.com.ua/?lang=rus&cat=reports&id=425&page=2>.

Участники веб-бригад могут размещать информацию не только под своим именем или ником, но и создавать виртуальные личности, позволяющие выступать под маской. Этим личностям может быть бесконечно много, они могут изображать как «друзей» (подающих «правильную» агитационную информацию), так и «врагов» (ведущих себя недостойно, провокационно, вкладывающих в свои сообщения негативную дезинформацию). Неоднократно писалось о т.н. «ольгинских троллях» – крупной организации, по заполнению блогосферы и соцсетей, располагающейся в Санкт-Петербургском районе Ольгино¹. Датой ее создания называют 2013 год.

Надо сказать, что на Западе группы, работающие с Интернетом, появились раньше. В 2006 г. в структуре заместителя государственного секретаря США по вопросам публичной дипломатии и общественным связям была организована группа *Digital_Outreach_Team*, в задачи которой входит пропаганда и контрпропаганда среди пользователей социальных сетей, говорящих на арабском, фарси, панджаби, урду, сомалийском языках, а с 2008 г. – и на русском. Не позднее 2010 г. подразделение с аналогичными задачами появилось и в системе британских внешнеполитических служб – Объединенная разведывательная группа по изучению угроз (*Joint Threat Research Intelligence Group, JTRIG*) в составе Центра правительственной связи (*Government Communications Headquarters, GCHQ*)². В начале 2015 года заявлялось о планах создания украинского координационного центра блогеров, который «мог бы распространять правдивую информацию о ситуации на востоке страны или опровергать ложные новости»³; при этом говорилось о недопустимости троллинга и нечестных методов борьбы.

¹ Где живут тролли. И кто их кормит // Новая газета. 07.09.2013. <http://www.novayagazeta.ru/politics/59889.html> и мн. др.

² Гуменский А. Шествие троллей. Как коммуникации разрушают дипломатию // Национальный интерес. 12.10.2015. <http://ni.globalaffairs.ru/category/anton-gumenskiy>. Надо отметить, что эти службы декларируют открытость своих действий; заявляется, что авторы пишут в блогосфере и социальных сетях, не скрывая своего места работы и целей.

³ Стець заявил о планах создания интернет-войск Украины // StopFake.org. 28.01.2015. <http://www.stopfake.org/stets-zayavil-o-planah-sozdaniya-internet-vojsk-ukrainy/#>.

И с той, и с другой стороны есть группы, работающие в Интернете с привлечением добровольцев: украинский сайт StopFake.org, антимайданная группа «КиберБеркут» (<http://cyberberkut.org>) и, наверняка, многие другие, не афиширующие свою деятельность.

2. *Одиночки, владельцы личных блогов или аккаунтов социальных сетей*; участники обсуждений на форумах и в комментариях интернет-СМИ. Если рассматривать записи в блогах и социальных сетях как «любительскую журналистику» (аналогично любительским музицированию, литературному творчеству, дизайнерской работе и т.д.), то каждый блог или страница социальной сети представлял собой издание, выполненное в формате, отвечающем запросам и интересам его хозяина. Кто-то склонен к репортерской работе (наблюдает события своими глазами и описывает их), кто-то – к аналитике (собирает факты и анализирует их), кто-то к «публицистике» (обсуждению и эмоциональному осмыслению происходящих событий). «Публицистов» больше, чем всех остальных, но еще большую категорию составляют интернет-пользователи, которые мало пишут сами, но репостят (публикуют заново) у себя чужие материалы. Такие «составители дайджестов» преобладают в сети, они зачастую очень продуктивны и обеспечивают широкое распространение материалов в Интернете. Можно легко найти сообщения, которые репостились более тысячи раз. Репостинг является своего рода коллективным цензором и «критиком» – через него проходят публицистические тексты и художественные произведения либо талантливые, либо соответствующие общественному вкусу (одно другого не исключает).

Идеологическая борьба в формате Web 2.0 выдвигает талантливых публицистов-любителей. Люди с той и другой стороны много пишут, высказывая свое мнение по актуальным вопросам, обосновывая правоту своей стороны и обличая неправоту противника. О том, насколько востребована такая публицистика, говорит количество републикаций таких сообщений (читатель, если текст понравился, может опубликовать его и на своей странице). В качестве примера возьмем пост некой Лизы Богутской, пользовательницы Фейсбука (этот пост выбран случайно – в момент написания статьи он был последним в одном из рассматри-

ваемых нами ФБ-сообществ)¹. В довольно большом тексте сообщалось о том, что в юности автор была знакома с патологической лгуньей, которая сама верила в свою ложь; а вот теперь целая страна Россия лжет и верит себе, в то время как в действительности в России всё плохо. Пост имел большой успех, за двое суток он собрал 1247 лайков и был перепубликован 132 раза, критических замечаний почти не было. Из пользователей, совершивших репост, 82 человека не защищены установками приватности, и мы можем составить представление о них. Мужчины – 31 чел., женщины – 51 чел.; жители центральных и западных районов Украины – 62 чел., Одессы и Николаева – 6, Харькова – 2, Мариуполя – 1, других государств (Израиля, Германии, США, Новой Зеландии, Польши; все пользователи – украинского происхождения) – 7, Крым – 3 (в том числе крымских татар – 2), Россия (кроме Крыма) – 1. Таким образом, круг поддержки мнения – большей частью украинцы центральных и западных областей (75%) плюс некоторое количество «промайданно» настроенных жителей других регионов Украины и иностранцев. Это не только личные друзья Лизы Богутской. Это незнакомые люди, получившие информацию посредством многократных репостов.

Рост количества репостов происходит, если публикация попадает в популярное сообщество, посвященное данной теме. Удачные публицистические тексты могут даже заново публиковаться другими авторами. Например, текст Валерии Иваненко от 10 сентября 2014 года (2635 лайков, 3945 републикаций)² был, применительно к новой ситуации, перепубликован Людмилой Чайкой под своей фамилией 24 января 2015 года (824 лайка, 2385 републикаций)³, причем в промежутке текст публиковался еще, как минимум, одним автором под его фамилией и тоже имел большой резонанс. При распространенности текста нами не было найдено ни одного комментария, указывающего на плагиат; видимо, интенсивность и праведность публицистической кампании для читателей была важнее, чем вопросы авторства.

¹ [https://www.facebook.com/liza.bogutskaya/posts/858865740830171?fref=nf.16.01.2015.](https://www.facebook.com/liza.bogutskaya/posts/858865740830171?fref=nf.16.01.2015)

² [https://www.facebook.com/photo.php?fbid=672980019467579&set=a.149915495107370.30040.100002667627018&type=1.](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=672980019467579&set=a.149915495107370.30040.100002667627018&type=1)

³ [https://www.facebook.com/milenco.lud/posts/322207034645818.12.01.2015.](https://www.facebook.com/milenco.lud/posts/322207034645818.12.01.2015)

Активность пользователей Интернета, направленная на решение социально-политических проблем, обозначается англоязычным термином *слактивизм* (*slacktivism* – от *slacker* ‘бездельник’ + *activism* ‘активизм’). Этим термином обозначают повышенную активность интернет-пользователей, выражающуюся во множестве незначительных действий, призванных выразить некую позицию; это простановка «лайков» в социальных сетях, републикация информации, подписание петиций и т.д. Иронический настрой позволяет говорить, что такие действия «имеют мало физического или практического эффекта, но позволяют человеку испытать удовлетворение от того, что он что-то сделал»¹. Однако даже при этой формальности действий «слактивистов» они, хотя бы за счет своей многочисленности, влияют на общественное мнение.

Следующим этапом на пути создания закрытого информационного пространства является *френдсид* – избавление от нежелательных френдов. Им можно запретить доступ к записям, лишить права комментирования, исключить из френд-ленты. Ожесточенные бои в Интернете приводили к ожесточенному френдсиду; избегли его только люди, терпимые к инакомыслию, склонные к взвешенному анализу и поддержанию добрососедских связей любой ценой. По данным нашего экспресс-опроса, френдсид часто совпадает с критическими моментами развития ситуации (например, присоединением Крыма, трагедией 2 мая 2014 года в Одессе, поражениями украинской армии летом 2014 года), в такие моменты накал взаимных оскорблений зашкаливает.

В целом, процессы «информационного резонанса» и френдсиды приводят к сегрегации – образованию двух замкнутых мегаобществ единомышленников («Украина» и «Россия»; «Майдан» и «Антимайдан»). В мегаобществах циркулируют мнения, которые соответствуют установкам и системам ценностей этих сообществ. Они в целом устраивают тех, кто солидарен с заданными системами ценностей, и, многократно услышав подтверждения своим мнениям (подтверждения пропущены через строгий отбор репостинга), еще больше укрепляются в нем. Дискуссии с представителями «противоположного лагеря» фрагментарны и часто сво-

¹ <https://en.wikipedia.org/wiki/Slacktivism>.

дятся к непродуктивной перебранке. Такое положение дел не способствует ни созданию объективной картины происходящего, ни разрешению проблем на основе взаимных компромиссов.

Процессы спонтанной сегрегации в Интернете широко распространены; такой процесс был рассмотрен, например, на примере взаимодействия либеральной и консервативной частей Фейсбука¹.

Отдельного рассмотрения заслуживают **приемы формирования образов «чужих» и «своих»** в ходе борьбы в Интернете. В процессе пропаганды и дискуссий противник сопоставляется с однозначно негативными категориями и, благодаря этому, выставляется в негативном свете. Это проявляется через лексику, нарративы, изобразительный ряд.

Так, противнику присваиваются коннотации, связанные с фашизмом, телесным низом и экскрементами, гомосексуализмом, интеллектуальной ущербностью; присваивается связь с отсталыми культурами, социальными группами и государствами; с животными и растениями. Образам «своих», наоборот, придается позитивное значение через сопоставление с позитивными историческими прототипами; формируются положительные мужские и женские образы (в том числе, «наивные»). Обращает на себя внимание совпадение большинства приемов взаимного очернительства. Это говорит о наличии общих социокультурных стереотипов, обусловленных общими корнями. При этом резко различается геополитическая оценка происходящих событий. Например, «российская» сторона настойчиво указывает на первоочередную роль Европы и США в развитии украинского кризиса, а «украинская» сторона влияние Запада отрицает. Таким образом, при общем совпадении социокультурного восприятия, обусловленного «традиционными» стереотипами, наблюдается расхождение стереотипов, обусловленных раздельностью политической жизни после распада СССР (представители обеих сторон транслируют политические мифы своих государств).

¹ Bakshy E., Messing S., Adamic L.A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook // Science. 2015. V. 348. P. 1130–1132.

Политическая и идеологическая позиция, которую занимают представители обеих сторон, проявляется, помимо прочего, в используемой лексике. При описании одних и тех же явлений или понятий применяются не сходные слова и выражения. С точки зрения Киева, идет *отечественная война* (защита от внешней агрессии), а с точки зрения Москвы – *гражданская война* (внутренний вооруженный конфликт). С точки зрения Киева, на востоке Украины воюют *пророссийские террористы* (*боевики, бандиты*); с точки зрения Москвы – *ополченцы*; и т.д.

Человек, пытающийся создать объективную картину происходящего, должен знать, что любой факт, встреченный в пространстве Web 2.0, может оказаться ложью. **Дезинформация в Интернете** ведется давно. Специалисты по информационной войне довели свое искусство до совершенства, и распознать дезинформацию в том или ином сообщении бывает не только не просто, но порой и невозможно. Происходит не только фабрикация дезинформации, но и оперативное разоблачение ее. Борьба с дезинформацией является одним из «жанров» информационной войны. Этой борьбой занимаются и частные лица, и специализированные информационные ресурсы, например, уже упоминавшийся сайт StopFake.org.

Примером обоюдной дезинформации являются сообщения об обстреле жилых кварталов и нарушениях режима прекращения огня. Нам неизвестны случаи, когда та или иная сторона призналась бы, что это сделала она. Напротив, обстрелы приписываются противнику. В качестве примера приведем сообщения разных сторон об одном только дне 23 марта 2015 года. Согласно сюжету российского Первого телеканала: «В Донбассе зафиксированы десятки случаев нарушения перемирия со стороны украинской армии»¹. Согласно сообщению телеканала «112 Украина», «В течение дня боевики около 30 раз обстреляли украинские позиции»². Российское телевидение говорит об обстрелах исключи-

¹ Киев признает Донбасс временно оккупированной территорией // Сайт Первого канала. 23.03.2015. <http://www.1tv.ru/news/world/280304>.

² В течение дня боевики около 30 раз обстреляли украинские позиции. АТЦ // Сайт телеканала «112 Украина». 23.03.2015. <http://112.ua/glavnye-novosti/v-techenie-dnya-boeviki-okolo-30-raz-obstrelyali-ukrainskie-pozicii-atc-208954.html>.

тельно со стороны Украины, украинское – исключительно со стороны ДНР. Обобщающую картину дает «третья сторона» – телеканал Euronews: «На востоке Украины стороны обвиняют друг друга в нарушении режима прекращения огня»¹. Подобное сопоставление несовпадающей информации можно было бы провести чуть ли не по любому дню военных действий и перестрелок на Донбассе.

В Украине и в России информационная война проходит в разных контекстах. Для Украины это война более значимая, поскольку она идет непосредственно на территории страны, в ней гибнут граждане Украины, под угрозой целостность государства, причем сепаратистские тенденции не исчерпываются Крымом и Донбассом, возможен переход конфликта и на другие территории, в том числе под влиянием России. Поэтому активность граждан Украины в информационной войне можно рассматривать как часть «оборонной» позиции, направленной на поддержание целостности и стабильности государства. Указывая некоторым украинским ФБ-пользователям на то, что они репостят недостоверную и явно фейковую информацию, мы часто слышали ссылки на то, что Украина – воюющая страна, и это обуславливает отношение к информации. Люди рассматривают себя как «бойцов информационного фронта», а в войне «все средства хороши». Российская сторона такого оправдания не имеет: война идет на чужой территории, Россия официально в ней не участвует, и почему россияне так неравнодушно воспринимают происходящее в соседней стране – это тема для отдельного обсуждения.

Существуют определенные приемы формирования дезинформации (или, как говорится сейчас – *фейка*) в интернет-пространстве². Рассмотрим некоторые примеры дезинформации. Сразу оговоримся, что далеко не всегда разоблачение гарантирует фейковый характер исходного сообщения. Особенно это касается сообщений «с мест», проверить которые нельзя.

¹ Восток Украины: обмен обвинениями и ударами // Сайт телеканала Euronews. 23.03.2015. <http://ru.euronews.com/2015/03/23/both-sides-in-ukraine-conflict-accuse-each-other-of-breaking-truce>.

² Громов Д.В. Уличные акции (молодежный политический активизм в России). М.: ИЭА РАН, 2012. С. 335–360.

Срез информации, которая воспринимается украинцами как фейки, можно сделать по списку, составленному журналистом А. Осташко и пополнявшемуся пользователями Интернета в начале января 2015 года¹. Список состоит из 133 пунктов, по большинству из них ссылок на источники информации не дано. Сюжеты, представленные в списке, достаточно разнородны. Здесь можно встретить однозначные, сознательные фальсификации, сделанные российскими СМИ разного уровня; любительские домыслы; любительские юмористические публикации; труднопроверяемую и не опровергнутую информацию. В ряде случаев сообщения не кажутся фейками, по крайней мере, их фальшивость неочевидна.

Труднопроверяемые обвинения одной стороны по отношению к другой часто совпадают. Так, обе стороны сообщают о наличии в расположении противника передвижных крематориев, что якобы свидетельствует о больших потерях и утилизации трупов в полевых условиях².

При рассмотрении материалов, публикуемых с обеих сторон, зачастую выявляется их сходство. С помощью стандартных приемов противнику приписываются отрицательные качества, а своим – положительные.

Например, стандартными являются сообщения об изнасилованиях. Сторонники единой Украины обвиняют в них сепаратистов и российский спецназ³, а сторонники ДНР и ЛНР – бойцов украинской армии⁴. Еще раз подчеркнем, что мы здесь не обсуждаем

¹ Агентство «Поробрик тудэй» и «Радио тысячи хамлов» сообщают... // <http://blog.liga.net/user/ostashko/article/16678.aspx>. 06.01.2015.

² Украинская армия начала использовать мобильные крематории // On-planet.ru. 10.08.2014. <http://on-planet.ru/ukraine/1797-ukrainskaya-armiya-nachala-ispolzovat-mobilnye-krematorii.html>; «российских солдат просто бросили получать деньги за счет жизни украинцев». Автор – основатель группы «Груз–200» Елена Васильева // Цензор.Нет. 4.09.2014. <http://censor.net.ua/resonance/301105/>.

³ Российские террористы выкрали из дома и изнасиловали двух девушек в Луганске // Цензор.Нет. 25.09.201; <http://censor.net.ua/news/304192/>; Террористы удерживают в плену и насиуют украинских девочек // Elise.com.ua. 24.10.2014. <http://elise.com.ua/?p=25844>; и мн. др.

⁴ Боевики батальона «Айдар» изнасиловали и запытали до смерти молодую женщину // ФАН. Федеральное агентство новостей. 23.09.2014. <http://>

правдивость информации – нам интересно, как в рамках информационной войны такая информация подается.

Перечислим некоторые частные **приемы ведения информационной войны**.

1. *Использование фотографий и видеозаписей*, не имеющих отношения к произошедшему событию. Например, 10 марта 2014 года в Интернете широко распространилось сообщение об изнасиловании российскими спецназовцами в Симферополе двух девочек 15 и 16 лет¹. К сообщению было приложено фото предположительно женщины на больничной кровати, в крайне обезображенном и изможденном состоянии. Впоследствии было выяснено, что фото взято с сайта пластической хирургии, где оно было размещено в 2000 году², на нем был изображен человек после операции на лице. Нам известна публикация в Фейсбуке от 15 ноября 2014 года, где была приведена та же фотография, но с новым текстом об изнасилованиях в Донбассе и Крыму³, данное сообщение было перепубликовано 466 раз.

Не менее одиннадцати раз использовалась одна фотография горящего железнодорожного состава. Впервые эта фотография была опубликована как иллюстрация к статье о железнодорожной катастрофе 28 февраля 2011 года в Болгарии⁴. Затем она блуждала по интернет-сайтам разных стран, сопровождая сообщения об авариях в Польше (8.11.2010), России (9.10.2012, 1.01.2013, 1.03.2013, 9.05.2013), Азербайджане (9.03.2013), Украине (22.08.2014,

riafan.ru/94959-boeviki-batalona-aydar-iznasilovali-i-zapyitali-do-smerti-moloduyuzhenshiniu; В Лимане пьяные украинские солдаты изнасиловали девушку // #Евромайдан. Последние новости и мнения Украины. 18.11.2014. <http://emaidan.com.ua/13606-v-limane-pyanye-ukrainskie-soldaty-iznasilovali-devushku>; и многие др.

¹ <http://d-mexico.livejournal.com/4036.html>. Зап. 11.03.2014.

² Пластическая феминизация лица (FFS). <http://ai.eecs.umich.edu/~mirror/FFS/LynnsFFS-RU.html>.

³ <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=563617657117093&set=a.218717104940485.1073741826.100004065918486&type=1&fref=nf&pnref=story>. Зап. 15.11.2014.

⁴ Съдът поръча пожар по делото за влака София-Кардам // BNews. <http://www.bnews.bg/article-34946>. 15.09.2011.

12.09.2014)¹. Пригодилась фотография и в дни войны в Донбассе. Сначала она иллюстрировала сообщение о подрыве антиукраинскими сепаратистами поезда близ Харькова²; позже – об уничтожении «эшелона кацапов» под Иловайском³.

2. *Использование фрагмента информации, вырванного из контекста.* В сюжете, распространявшемся в Интернете, говорилось о массовом дезертирстве украинских военнослужащих из мест боёв, в качестве иллюстрации приводилась видеозапись с высказыванием украинского военного: «Как только какой-нибудь боец из нашего подразделения с такими мыслями покинет периметр этого ограждения, я лично стрельну ему как не в затылок, так в голову». Кажется, что речь идет о дезертирстве, но в действительности военный угрожал расправой тем, кто попытается проявить насилие по отношению к местным жителям. Запись была взята из сюжета украинского канала Hromadske.tv⁴.

3. *Публикация фотографий, основанных на случайном сходстве.* Так, публикуется фотография обнаженного мужчины, склонного к сексуальным извращениям и похожего на украинского полевого командира N*; заявляется, что это фото N*, добытое с помощью хакерского взлома (действительно похож, но явно постарше). Заявляется об участии знаменитой украинской биатлонистки Е. Пидгрушной в боевых действиях на основании сходства с некой вооруженной женщиной на фото⁵.

4. *Компьютерная обработка изображений.* Возможности компьютерной техники позволяют вносить изменения в фотографии и видео даже малоподготовленным пользователям. Если за дело берутся специалисты, качество фальсификации может быть

¹ История одной фотографии // StopFake.org. <http://www.stopfake.org/istoriya-odnoj-fotografii>. 20.02.2015.

² Под Харьковом подорван железнодорожный состав // Наши дни. <http://nashidni.org/obschestvo/18995-pod-harkovom-podorvan-zheleznodorozhnyu-sostav.html>. 10.11.2014.

³ «Точка У» уничтожила целый эшелон российских войск в Иловайске // Антикор. 14.02.2015. http://antikor.com.ua/articles/27943-tochka_u_unichtohila-tselyj_eshelon_rossijskih_vojsk_v_ilovajske. Со ссылкой на Elise.com.ua.

⁴ Ложь российских СМИ: украинские солдаты убивают своих, которые не хотят воевать // StopFake.org. <http://www.stopfake.org/> 27.06.2014.

⁵ Фейк: украинская биатлонистка Елена Пидгрушная убивает детей в Славянске // StopFake.org. 2.06.2014. <http://www.stopfake.org/?s=пидгрушная>.

очень высоким. Этого достаточно, чтобы безопасно внести мелкие изменения – подправить черты лица, подрисовать шеврон на рукаве, сделать надпись или рисунок на броне танка.

Пример использования приема – публикация фотографии коллективной акции с транспарантом «Смерть русне!!! Больше убийств». Фотография была помещена в ряду снимков, посвященных Маршу мира в Украине 18 января 2014 года¹. Основа для фотографии была взята из видеозаписи, сделанной в Москве 15 февраля 2009 года акции памяти С.Ю. Маркелова и А.Э. Бабуровой². Текст транспаранта изменен – изначально он был другим.

Возможны и более сложные фальсификации – в графических программах легко можно нарисовать скриншот несуществующей страницы, портрет несуществующего человека, снимок из Космоса.

5. *Постановочные видеозаписи и фотографии.* StopFake приводит записи из ДНР, на которых представлена женщина, похожая на некую Марию Ципко – одесскую аферистку «на доверие», не лишенную артистического таланта и ранее неоднократно снимавшуюся с антиукраинскими высказываниями³.

6. *Подтверждение надежности информации ссылкой на авторитетный источник, в котором этой информации, однако, не содержится.*

В июне 2014 года рядом украинских изданий было опубликовано сообщение о том, что докладом Миссии по правам человека ООН было признано участие офицеров российских спецслужб в подготовке трагедии в Доме Профсоюзов в Одессе (2 мая 2014 г.)⁴. Однако в докладе, выложенном на сайте ООН, такой информации нет⁵.

¹ ВК-сообщество «Антимайдан Донбасс Помощь. Отряды самообороны». https://vk.com/wall-68705740_101685. Зап. 18.01.2015.

² События: Шествие и митинг памяти Маркелова и Бабуровой // ГраниТВ. <http://grani-tv.ru/entries/640>. 15.02.2009.

³ Аферистка и «гастролерша» Мария Ципко предстала в новом образе // StopFake.org. <http://www.stopfake.org/>. 10.12.2014.

⁴ В ООН выявили причастность спецслужб РФ к трагедии в Одессе 2 мая // <http://www.ipnews.in.ua>. 20 июня 2014.

⁵ Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights. Report on the human rights situation in Ukraine. 15 June 2014. <http://www.ohchr.org/Documents/Countries/UA/HRMMUReport15June2014.pdf>.

Впоследствии фейк, ввиду своей очевидности, был удален в нескольких изданиях, но его републикация продолжалась долго.

7. *Сопровождение информации ссылкой на посторонние документы.* Публиковались развороты российских паспортов, якобы найденных на месте трагедии в одесском Доме Профсоюзов. Это фото воспринималось в контексте фейковой информации о том, что среди погибших якобы 15 россиян и 5 граждан Приднестровья¹. Впоследствии эта информация не подтвердилась. По версии, изложенной на сайте StopFake.org, паспорта были изъяты у российских граждан, задержанных при попытке перейти границу с оружием².

8. *Создание виртуальной личности:* заранее регистрируется аккаунт, который со временем наполняется нужным содержанием. Если создается образ «друга», он может участвовать в дискуссиях, создавая массовость. У каждого пользователя может быть сколько угодно виртуалов, в чьи аккаунты он заходит с помощью паролей. В принципе, может создаваться и виртуал-враг. Например, в сентябре 2014 года, когда активно обсуждалось недоказанное присутствие в Донбассе российских войск, в «ВКонтакте» появлялись подозрительные страницы российских военнослужащих, вернувшихся из зоны боевых действий.

Перечень методов можно продолжить. Недостоверность информации может выявиться только благодаря случайности или небрежности фальсификатора. Так, в сентябре 2014 года одной из правозащитниц был опубликован список из одиннадцати российских военнослужащих, якобы погибших на территории Восточной Украины. Впоследствии оказалось, что фамилии и инициалы «погибших» совпадают с фамилиями и инициалами футболистов оренбургского клуба «Газовик»³.

¹ Жертвами пожезі в Одесі стали 15 росіян та п'ятеро громадян Придністров'я // Сайт ТСН. <http://tsn.ua/politika/zhertvami-pozhezhi-v-odesi-stali-15-rosiyan-ta-p-yatero-gromadyan-pridnistrov-ya-347944.html>. 2.05.2014.

² Фейк: фото паспортов погибших в Одессе россиян // StopFake.org. <http://www.stopfake.org/fejk-foto-pasportov-pogibshih-v-odesse-rossiyan>. 4.05.2014.

³ Фамилии 11-ти «грузов-200» из Оренбургской области совпали с фамилиями футболистов «Газовика» // StopFake.org. <http://www.stopfake.org/>. 26.09.2014.

Нам кажется неправильным сводить всю дезинформацию к выдумкам пропагандистов, здесь нам видятся еще и другие механизмы формирования фейков. Это, в частности, некритичный или предвзятый **пересказ слухов и субъективных суждений** как объективного положения дел.

Согласно закономерности, не раз отмечавшейся в специальных исследованиях, интенсивность распространения слухов в обществе прямо пропорциональна значимости информации, содержащейся в слухе, и обратно пропорциональна возможности получить достоверную информацию по теме. Соответственно, и при распространении дезинформации о значимых реалиях войны (степень насилия, потери, успехи боевых действий, настроение населения) наиболее эффективная дезинформация касается того, что трудно проверить.

Положение на Донбассе, в зоне боев, характеризуется высокой степенью экстремальности и неопределенности. Местные жители находятся под обстрелами, часто без света, воды, телефонной связи; рядом находятся вооруженные, воинственные и обычно незнакомые люди – не важно, силовики или ополченцы. Неудивительно, что в такой обстановке могут зарождаться самые дикие слухи и высказываться самые неадекватные мнения. Стрессогенная атмосфера царит и в других регионах Украины – воюющей страны, переживающей кризис, теряющей тысячи людей погибшими. Но в зоне военных действий присутствует еще один фактор – жители не знают, насколько долговременна их власть и под какой властью они окажутся в ближайшее время. Нам кажется, это порождает конформизм и осторожность высказываний. Это касается и беженцев. Объективность информации, предоставляемой очевидцами, прибывшими из зоны конфликта, конечно, выше, чем объективность информации, множимой «диванными войсками», однако и тут надо учитывать, что беженец склонен подстраиваться под взгляды принимающей стороны; кроме того, беженцы выбирают для отъезда ту сторону, которая ближе им политически. В результате, беженцы, приезжающие в Москву, рассказывают о единстве жителей Донбасса (донбассян) с Россией, а приезжающие в Киев – о стремлении вернуться в состав Украины.

Неопределенность ситуации обусловлена и тем, что рядовые люди, находящиеся на театре боевых действий, часто не могут адекватно оценивать происходящее. Они могут оценивать только ту часть событий, которую видят лично, но сфера их компетентности часто невелика. Так, в ситуации неопределенности жители часто не могут оценить, кто именно обстреливает их дома, тем более, что во время обстрела они находятся в бомбоубежищах. Это дает обеим сторонам повод спекулировать на информации.

Нельзя сбрасывать со счетов и сознательную дезинформацию, которую могут давать «очевидцы» в случае, если они заинтересованы. Так, участник боевых действий расскажет о зверствах врага, справедливо считая свою ложь информационным продолжением борьбы: враг уязвляется не только пулей, но и словом. В качестве примера можно привести известное интервью жительницы Славянска, в котором она рассказывала о том, как украинскими военными был на щите объявлений распят мальчик. Впоследствии информация не подтвердилась, но выяснилось, что женщина является женой ополченца, что делает возможной сознательную дезинформацию с ее стороны. Конечно, нельзя исключать и других возможных факторов, заставляющих человека давать заведомо ложную информацию – подкуп, угроза расправы, психическая неадекватность. Столкнувшись с заявлением компетентного человека, используемым в пропаганде, антипропаганда старается найти причину в перечисленных факторах. Так, 11 августа 2014 года было опубликовано видеозаявление пресс-секретаря концерна «Стирол» П. Брыкова о возможности экологической катастрофы при ведении боевых действий на территории предприятия концерна в Горловке. Прочие должностные лица отрицали такую возможность, но мнение Брыкова как компетентного специалиста нельзя было обойти, и поэтому журналисты StopFake.org предположили, что заявление было сделано под дулами автоматов¹.

¹ Ложь: Обстрел Горловки приведет к экологической катастрофе // StopFake.org. 11.08.2014. <http://www.stopfake.org/lozh-obstrel-gorlovki-privedet-k-ekologicheskoy-katastrofe>.

Ситуация повышенной общественной тревожности используется пропагандой. Она выводится в информационное пространство, причем субъективные мнения и недостоверная информация сознательно выдаются пропагандой за реальное положение дел.

Наиболее вопиющие дезинформации российского телевидения делаются от имени не журналистов и официальных лиц. Их высказывают местные жители, включенные в события изнутри. Их легитимность основана на том, что они очевидцы и, должно быть, лучше знают положение дел, чем зрители, сидящие за сотни и тысячи километров от Донбасса. После того, как на пресс-конференции В.В. Путина прозвучал вопрос о фальсификациях на ТВ и в частности, о «распятом мальчике» (см. выше), Первый телеканал ответил сюжетом, показывающим корректность сообщения: его сделала беженка из Славянска, все вопросы должны быть к ней.

Обращает на себя внимание наличие среди слухов некоторого количества сюжетов **городских легенд**. Так, в списке фейков, вменяемых российской пропаганде, упоминается, в частности, что «специальные самолеты ВВС НАТО распыляют над всей Украиной ГМО»¹. В действительности, информация о распылении иностранными самолетами токсичных аэрозолей обсуждалась и в украинских, и в российских интернет-изданиях как минимум с начала 2010 года, раньше эта информация бытовала на Западе; сюжет бытует с 1996 года и известен как городская легенда. В различных формах его можно встретить и сейчас².

Упомянувшиеся выше рассказы о женщинах-снайперах, воевавших в составе украинской армии (в частности, о биатлонистке Е.М. Пидгрушной), находят соответствие в рассказах о «белых колготках», широко бытовавших во время Первой и Второй Чеченской войн. Согласно этим рассказам, против российской армии действовал отряд женщин-снайперов прибалтийского проис-

¹ Агентство «Порербрик тудэй» и «Радио тысячи хамлов» сообщают... // <http://blog.liga.net/user/ostashko/article/16678.aspx>. 06.01.2015.

² Громов Д.В. Самолеты НАТО распыляют ГМО над Украиной // Newslore и medialore в современном мире: фольклоризация действительности. Тезисы докладов Международной научной конференции. Москва, РАНХиГС, 3–4 апреля 2015 / Сост. А.С. Архипова, М.И. Байдуж, ред.: М.В. Ахметова. М.: Издательский дом «Дело», 2015. С. 27–28.

хождения (иногда утверждалось, что это спортсменки-биатлонистки); впоследствии информация об этом отряде не подтвердилась, хотя у образа и есть некоторые прототипы¹.

Распространенный мотив городского фольклора – рассказы об облучении с помощью неких лучей технотронного происхождения, об изъятии внутренних органов и т.п.

Необходимо хотя бы вкратце сказать о *конспирологических представлениях* обеих сторон. Мы имеем в виду склонность к поиску тайных механизмов, руководящих событиями. Представители и «украинской», и «российской» сторон в целом склонны искать тайный смысл событий в рамках геополитических концепций, которым следуют их общества: первые во всем видят «руку Кремля», вторые – «руку Вашингтона». Такой подход как метод психологической защиты, помогает переосмысливать нежелательные события как следствие происков врага. Например, в украинском секторе Интернета нам неоднократно встречалось мнение о том, что руководитель радикальной организации «Правый сектор» Д. Ярош является ставленником Кремля. На наш взгляд, конспирологические представления призваны вытеснить из общественного сознания фрустрирующую тревожность.

Есть и такое толкование, что фейки сочиняют пропагандисты, основываясь на сюжетах городских легенд. Но тут мы сталкиваемся с «проклятыми вопросами» изучения современного фольклора: во-первых, основываются ли городские легенды на каких-либо фактах или тексты образуются с помощью неких особых механизмов; во-вторых, есть ли у городских легенд авторы и есть ли люди, целенаправленно стимулирующие их существование.

На основе сказанного сделаем следующие выводы.

1. На примере информационной войны, связанной с обострением украино-российских отношений 2014 года, можно видеть новые формы коллективного самовыражения и межгруппового взаимодействия в экстремальной ситуации. Они предполагают непосредственное участие в конфликте широких кругов пользователей Интернета – как работающих в частном порядке, так и

¹ https://ru.wikipedia.org/wiki/Белые_колготки.

объединенных в группы. При этом надо учесть, что в некоторых группах населения (например, у молодежи) пользователи интернетовских социальных сетей составляют практически сто процентов, и все сто процентов имеют возможность участия в информационной войне.

2. В ходе информационной войны происходит сегрегация двух сторон конфликта; представители каждой из сторон формируют свой круг общения из единомышленников и возникает «резонанс мнений», закрепляющий уверенность участников общения в их правоте. Сторонники противоположной точки зрения исключаются из обсуждения. Сегрегация затрудняет способность понимать точку зрения противоположной стороны и, соответственно, уменьшает возможность конструктивного решения конфликта.

3. Достаточно сходны способы виртуального формирования образов «своего» «чужого». Это производится за счет сопоставления с однозначно отрицательными или положительными категориями, которые придают соответственно «чужим» отрицательные черты, а «своим» – положительные. К общим негативно маркирующим чертам относятся: обвинение в фашизме, интеллектуальной ущербности, сопоставление с телесным низом, экскрементами, гомосексуализмом, отсталыми культурами и народами, низшими биологическими видами, животными, растениями. Позитивное маркирование производится за счет сравнения с однозначно позитивными образами, например, с историческими героями, прекрасными женщинами и т.д., включая даже сопоставление с котиками.

4. Сходство приемов формирования «чужих» и «своих» говорит об определенных общих стереотипных формах мышления, обусловленных длительным совместным историческим развитием. Различия относятся только к установкам, которые сформировались в годы постсоветского суверенитета – например, геополитическому толкованию ситуации.

5. Дезинформация в формате Web 2.0 предполагает два взаимосвязанных уровня: сознательную (и во многом централизованную) пропаганду и общественные фобии, обусловленные, помимо прочего, фрустрирующим стрессом войны. Интернет в фор-

мате Web 2.0 позволяет смешать эти слои, создав пропагандистский дискурс. Один из значимых принципов информационной борьбы – перевод общественных фобий в сферу пропаганды.

6. В некоторых фейковых сюжетах, бытующих в общественном сознании, возможно присутствие фольклорной составляющей.

КРИЗИС НА УКРАИНЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ

Термин «информационная война» многозначен. Военные, как правило, выделяют военно-технический аспект этого процесса, включающий подавление или уничтожение электронных систем управления, командования и разведки, при одновременной защите собственных аналогичных систем¹. В рамках коммуникативного подхода информационная война трактуется как информационно-пропагандистские и информационно-психологические операции, направленные на внесение изменений поведения индивида или широких масс населения посредством модификации их модели мира².

Основными методами информационной войны являются: дезинформация, тенденциозное освещение событий с выгодной для себя стороны, ложные информационные вбросы (фейки), предоставление неполной информации, привлечение авторитетного информатора для комментариев, перекалывание ответственности за одни и те же события на противоположную сторону, уничижительные характеристики, гиперболизация событий, создание образа врага, эксплуатация сильных эмоций (страх, ненависть, жалость), использование провокационных лозунгов, карикатур.³ В информационной войне важны также чисто технические приемы – повторяемость фраз, фото – видео – звуко – монтаж, прерывание ТВ программ последними новостями или одной новостью, требующей заострения внимания на событии, выстраивание перед новостными программами краткой повестки дня для манипуляции нужной информацией. Наконец, важную роль

¹ Орлянский В.М. Вооруженная и информационная борьба: сущность и взаимосвязь понятий и явлений // Военная мысль. 2002. № 6. С. 12–115.

² Панарин И.С. Информационная война и власть. Мир безопасности. М., 2001. С. 6.

³ Малькова. В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА, 2002. С. 321–322.

играет отключение теле и радио каналов противника для распространения единственно «правильной» точки зрения. Введение цензуры на новостные программы внутри собственной страны, преследование неблагонадёжных журналистов также можно отнести к этим приемам.

В нашем исследовании мы основывались на анализе популярных интернет изданий России и Украины. Это российские или «пророссийские» издания: *Ukraina.ru*; *Livelenta.com*; *Русская весна*; *Anna News*; *novorus.info*; *novorosinform.org*; *dnr-news.com* и другие. Украинские интернет издания: *Antikor.com.ua*; *Elise.com.ua*; *Freejournal.biz*; *Uainfo.org*; *StopFake*; *Независимое украинское информационное народное агентство*; *Народный обозреватель* и др.¹ Создание российского интернет издания *Ukraina.ru* связывают с инициативой телекомментатора и владельца медиа холдинга – Д. Киселева; сайт «Русская весна» был создан после референдума в Крыму в марте 2014г. в Симферополе для информационной поддержки происходящих событий; сайт *Anna News* (*Abkhazian Network News Agency*) был зарегистрирован в Абхазии в 2011г. после событий грузино-абхазского конфликта. Образование сайтов: *novorus.info*, *novorosinform.org*, *dnr-news.com* и *voenkor.info* и некоторых других было связано с вооруженным конфликтом на Донбассе и их информационной поддержкой.

Украинские интернет – издания *Antikor.com.ua* (национальный антикоррупционный портал) создавался с целью разоблачать коррупцию и рейдерские захваты в стране, он также активно занимается новостными программами. *Elise.com.ua*; *Freejournal.biz*; *Uainfo.org* позиционируют себя как общественно – политические интернет каналы, активно работающие на ниве критики России, продвижения идеологии завоеваний майдана и евроинтеграции.

Вышеупомянутые интернет-издания были выбраны на основании упоминания их в интернете, как одних из достаточно популярных поставщиков новостной информации пропагандистского характера. В отличие от печатных изданий, с принадлежно-

¹ <http://maxpark.com/community/2552/content/3660313>.

стью и идеологией которых все довольно ясно, владельцы интернет изданий не любят себя широко афишировать. Среди них можно выделить веб-бригады, принадлежащие администрации президента, различным партиям, оппозиционерам, ФСБ в России и СБУ на Украине. Для нас важно было остановиться на идеологии сайтов в дискурсе: Украина – Россия или «Майдан» – «Анти-майдан». Также в освещении событий учитывался фактор наличия пропаганды и контрпропаганды.

На Украине широко рекламируется сайт *StopFake.org*, созданный на базе журналистского сообщества Киево-Могилянской академии и претендующий на разоблачение недостоверной российской новостной информации. В России подобного интернет издания нет. В определенной мере аналогом украинского сайта служат разоблачения украинского блогера А. Шария, эмигрировавшего в Европу, но активно работающего в русле разоблачения украинской пропаганды или так называемой идеологии «майдана».¹

По времени мониторинг интернет изданий производился с начала конфликта на Украине по настоящее время (2013–2015 гг.). Фоном для проверки достоверности информации нам служили ведущие новостные ТВ программы России и Украины. Российские государственные федеральные каналы: Государственный федеральный «Первый канал» и канал «Россия –1»; украинский «5 канал» (владелец – П. Порошенко) и «Интер» (владелец – Д. Фирташ).

Многочисленные примеры информационного воздействия на человека дают право говорить об информационной войне и о процессе массового зомбирования людей. Эта война, при всей своей цивилизованности, является весьма жестокой. Если с помощью оружия врага уничтожают физически, то «виртуальное оружие» лишает человека возможности здраво рассуждать. Без всяких реальных жертв и разрушений люди становятся заложниками информационных технологий. К сожалению, новостные программы ведущих телеканалов мира все чаще пользуются информацией,

¹ <http://plainnews.ru/video-channel/anatolij-sharij.html>.

позаимствованной из интернет-изданий, которые изобилуют недостоверными данными, слухами и специально сфабрикованной информацией¹.

Приведем некоторые конкретные примеры информационного противостояния, взятые из украинских СМИ.

1. **Предоставление неполной информации.** Суть приема заключается в том, что «невыгодная» информация изымается, остается только нужная для восприятия народом в данный период. Так, в ходе известного видеообращения Юлии Тимошенко к народу Украины 2 марта 2014 г. кандидат в президенты напоминает гражданам страны: «... в 1994 году Украина подписала Будапештский меморандум с Великобританией, США и Россией... и, объявляя войну нам, Путин объявляет ее Великобритании и США». При этом лидер партии «Батькивщина» забывает упомянуть, что документ так и не был ратифицирован ни одной из сторон².

2. **Привлечение авторитетного информатора.** Подыскивается авторитетный человек, из уст которого передаваемая информация звучит убедительнее. В качестве примера можно привести запущенную украинскими журналистами «утку» – осуждение захвата Крыма актером В. Золотухиным. Однако репортеры даже не удосужились выяснить, что известный актер умер еще 30 марта 2013 г., за год до событий на Майдане и дальнейшей эскалации конфликта³.

3. **Эксплуатация эмоций.** Использование эмоциональных материалов в условиях нехватки конкретных фактов. Так, в середине марта на украинском ресурсе была размещена следующая информация: «Уже более полутысячи крымчан, которые покинули свои дома из-за напряжения на полуострове, приютили на Львовщине. Семьи обеспечили жильем, а детей устроили в школу. Крымчане благодарны за гостеприимство галичанам и надеются, что вскоре смогут и тех пригласить к себе на летний

¹ <http://anna-news.info/node/11504>.

² http://dayz3.ru/watch/RK_qfvkJux8/obrashhenie-yulii-timoshenko-k-ukrainskomu-narodu-2-03-2014.htm).

³ <http://www.yaplakal.com/forum1/topic775418.html>.

отдых. Лишь дожидаться, чтобы российские оккупанты мирно покинули Крымский полуостров». И далее приводится цитата А. Муждабаева – крымского школьника, переехавшего с матерью во Львов: «У нас в Крыму война, и мы приехали сюда. В Крыму остался папа защищать страну»¹.

4. *Монтаж текста и фотографий из разных источников.* Выбор из большого количества фото, видео и аудиоматериалов таких, которые выставляли бы обсуждаемый объект в невыгодном или, напротив, в выгодном ракурсе. Так, в марте-апреле 2014г. в украинских соцсетях активно обсуждали информацию на тему «магаданских прописок» для крымчан. Вот один из постов: *«Знакомая моя крымчанка, урапатриотка за Россию, побежала и сдала паспорт гражданина Украины. Взамен ей дали справку. Бланков паспортов не хватает. В справке указали регистрацию – Магадан. Она хотела забрать украинский паспорт с пропиской в Ялте. Но его уже уничтожили. Итак, всех новых граждан России перепрописывают в Магадане!»*. Именно так и началась легенда о «магаданских прописках в Крыму». Однако, на проверку, многие доказательства оказались ложью. Так, например, в сетях использовали фото якобы крымской татарки, которая просит вернуть ей украинский паспорт. Оказалось, что картинка была заимствована. Выяснилось, что изначально – это фото узбечки с паспортом сына, убитого во время беспорядков в 2010 г.²

Широко обещался в СМИ скандал, разгоревшийся в конгрессе США вокруг сфабрикованных доказательств присутствия российской армии на востоке Украины. Украинские представители – С. Семенченко, Ю. Береза и Т. Тетерук в феврале 2015г. передали американскому сенатору республиканцу Д. Инхому фотографии, призванные доказать присутствие российских войск и танковых колонн на Украине. Однако фотографии при дальнейшем рассмотрении оказались сделанными в Грузии в 2008г., что крайне раздосадовало американцев³.

¹ <http://forum.genichesk.com.ua/viewtopic.php?f=8&start=260&t=4490&view=print>.

² <http://odessa-daily.com.ua/news/krymchane-poluchayut-pasporta-s-propiskoj-v-magadane-id63499.html>.

³ <http://gordonua.com/news/war/BuzzFeed-Delegaciya-predostavila-kongressmenu-SSHA-lozhnye-fotografii-prisutstviya-voysk-RF-v-Ukraine-66472.html>.

Многочисленная информация в СМИ и в интернете была о якобы массовых захоронениях российских военных, «воевавших» на Донбассе. Свежие могилы украинские корреспонденты фиксировали от Ростовской области до Владивостока. Причем, авторов фотографий не смущали находящиеся среди захоронений могилы пожилых женщин. При дальнейшем анализе этих материалов корреспондентами России выяснилось, что на снимках были зафиксированы захоронения людей без определенного места жительства или не имеющих родственников. Они и были похоронены за счет городских властей¹.

Одним из приемов информационной войны, как было сказано выше, является описание событий с выгодной для одной из сторон позиции и перекалывание ответственности за происходящее на противоборствующую сторону. Рассмотрим, каким образом одни и те же ключевые события украинского кризиса освещаются в украинских и российских СМИ.

События на Майдане в Киеве 2013–2014 гг. в украинских СМИ.

1. Основная причина протестных акций на Майдане 2013–2014гг. – отсрочка президентом В.Януковичем подписания соглашения об Ассоциации Украины с Евросоюзом и желание избавиться от олигархической власти².

2. Украинские СМИ глубоко возмущал факт бегства В. Януковича на территорию России, в связи с чем он потерял свою легитимность как президент³.

3. В массовой гибели людей и в вооруженных столкновениях между протестующими майдановцами и охраняющими порядок бойцами Беркута, по мнению украинских СМИ, были виноваты исключительно правительственные войска и милиция. В дальнейшем, якобы, был обнаружен и российский след⁴.

¹ [yandex.ru/video/search?text=захоронения 20солдат % ростовом&safety=1](http://yandex.ru/video/search?text=захоронения%20солдат%20%20ростовом&safety=1).

² <http://newsme.com.ua/society/2357216/> Половина украинцев считает причиной Евромайдана неподписание договора об ассоциации 03.февр 2014.

³ http://news.liga.net/news/politics/988740-ssha_schitayut_chno_yanukovich_poteryal_legitimnost_i_sbezhal.htm

⁴ <http://konnekt.com.ua/forum/thread40.html>.

Отражение событий на Майдане в Киеве 2013–2014 гг. в российских СМИ.

1. *События на Майдане – это государственный переворот, в результате которого произошло смещение законно избранного президента при участии внешних сил*¹.

2. *Относительно расстрела мирных граждан и бойцов «Беркута», Россия добивалась расследования «дела снайперов», которое, по ее источникам, было связано с действиями сторонников евромайдана, т.к. обстрел и по милиционерам, и по протестующим велся из зданий, подконтрольных майдановцам*².

3. *В российских СМИ активно развивалась тема возрождения украинского национализма и фашизма, по ТВ демонстрировали факельные шествия молодых людей с фашистской символикой, лозунгами бандеровцев, и УНО-УПА*³.

4. *Протесты сторонников евромайдана носили русофобский характер, имели место призывы к отмене русского языка на Юго-Востоке страны. Публиковались возмущения россиян по поводу националистических лозунгов и речевок, типа: «москаляку – на гяляку», «кто не скаче, той москаль»*⁴.

Референдум о статусе Крыма 16 марта 2014 г. в украинских СМИ.

1. *Крымский референдум нелегитимен, он нарушает законодательство Украины и нормы международного права. В Крыму произошла аннексия или силовой захват власти сепаратистами при помощи России*⁵.

2. *На референдум обеспечивалась явка под дулами автоматов, проголосовало всего 34,5% крымчан*⁶.

3. *Представители украинской власти, руководители Крым-*

¹ <http://maxpark.com/community/politic/content/2361178> 05.12.13.

² <http://nakontrol.org/news/5892> 10.11.2014.

³ http://ruskline.ru/opp/2015/avgust/05/ukrainskij_krizis_dlya_chajnikov/05.08.2015.

⁴ http://ruskline.ru/opp/2015/avgust/05/ukrainskij_krizis_dlya_chajnikov/05.08.2015.

⁵ <http://glavred.info/politika/skandalnyy-referendum-v-krymu-glavnye-podrobnosti-274168.html>.

⁶ <http://vcourse.ua/politika/referendum-pod-dulami-avtomatov.html>;

<http://livelenta.com/prisoedinenie-kryma-k-rossii-chto-pishut-v-mire.html>.

ско-татарского Меджлиса и других организаций призывали бойкотировать референдум. В частности, федерация работодателей Украины призывала крымский бизнес игнорировать референдум¹.

4. Западные политические аналитики высказывали опасения, что прецедент с референдумом в Крыму ставит под угрозу стабильность границ в Европе².

5. Во время референдума были зафиксированы массовые нарушения: напечатали бюллетеней больше, чем нужно, допускали к голосованию граждан России³.

Референдум о статусе Крыма 16 марта 2014 г. в российских СМИ.

1. Признание результатов референдума Российской Федерацией и соответствие его всем международным нормам. Рекордная явка населения на референдум. За присоединение Крыма к России проголосовали 96,77% крымчан⁴.

2. Референдум о статусе Крыма прошел успешно. Не помешали ни спринтерские темпы его организации, ни агитация в день голосования, ни бойкот, объявленный крымскими татарами, ни отказ украинских властей признать результаты референдума⁵.

3. Присоединение Крыма – радость для крымчан и России. Рейтинг Путина многократно вырос⁶.

События в Одессе 2 мая 2014 г. в украинских СМИ.

1. Многие высокопоставленные чиновники Украины назвали события в Одессе «мирной демонстрацией в поддержку единства Украины», а столкновения сторонников «антимайдана» с представителями Правого сектора у дома Профсоюзов в Одессе – «за-

¹ <http://investigator.org.ua/news/121120/06.03.2014>.

² <http://news.bigmir.net/ukraine/800312-Referendym-v-Krmyu-stavit-pod-bolshyu-ygrozy-stabilnost-granic-v-Evropе---Fule>.

³ <http://livelenta.com/prisoedinenie-kryma-k-rossii-что-pishut-v-mire.html>.

⁴ livelenta.com/prisoedinenie-kryma-k-rossii-что-pishut-v-mire.html.

⁵ <http://livelenta.com/prisoedinenie-kryma-k-rossii-что-pishut-v-mire.html>.

⁶ <http://dayz3.ru/watch/fxFwcE7nwlA/reakciya-krymchan-na-prisoedinenie-k-rossii.html>.

щитой зданий администрации», от пророссийских антимайдановцев. Ряд политиков заявляли, что события в Одессе инициированы спецслужбами России¹.

2. Люди, сгоревшие в Доме профсоюзов в Одессе, были названы в украинских СМИ «пророссийскими радикальными боевиками», «сепаратистами», «provокаторами», которым заплатили российские службы», а подожгли они сами себя².

События в Одессе 2 мая 2014 г. в российских СМИ.

1. Второго мая 2014 года на Куликовом поле в Одессе активисты «антимайдана» проводили акцию, которая обернулась трагедией, когда против них выступили представители правых националистов. 48 участников акции погибли во время пожара в здании Дома Профсоюзов, 250 человек было ранено. Представители «Правого сектора» кидали в людей «коктейли Молотова», чем вызвали огонь в здании, а также добивали людей, пытавшихся спастись из горящего здания³.

2. Российские СМИ называли эти события «зверством украинских националистов», «бесчеловечной акцией», «убийством и сожжением мирных граждан»⁴.

Военный конфликт на Донбассе 2014–2015 гг. в украинских СМИ.

1. В результате вооруженного конфликта между украинской армией и жителями Донбасса в украинских СМИ стала превалировать риторика войны и угрозы нападения со стороны России: «вооруженное нападение на Украину», «вторжение российских войск», «агрессия», «интервенция», «гибридная война»⁵.

2. Общим местом в украинской прессе была информация о том, что жители Донбасса – это «пророссийские сепарати-

¹ <http://infoodessa.com/index.php/entry/timoshenko-nazvala-sozhzhenie-lyudej-v-odesse-zashchitoj-zdanij-administratsii>.

² <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2014/06/26/7030205>.

³ <http://ria.ru/spravka/20151104/1313050850.html>.

⁴ <http://moimir.org/zverstva-v-odesse-2-maya-2014-goda-uzhasayushhie-foto-bez-kommentariev>.

⁵ <http://anvictory.org/desyat-tezisev-o-putinskoj-agressii-protiv-ukrainy>.

сты», бандиты, «некультурные ватники», заслуживающие уничтожения террористы, против которых организована «анти-террористическая операция» (АТО)»¹.

3. Убийство мирных жителей, обстрел городов Донбасса, разрушение жилых кварталов, школ и больниц – это дело не ВСУ и частных украинских батальонов, а пророссийских ополченцев, которые сами в себя стреляют².

Военный конфликт на Донбассе 2014–2015 гг. в российских СМИ.

1. Российские СМИ освещали конфликт на Донбассе как защиту жителями Донбасса своей территории. Вооруженное противостояние на Украине характеризовалось как братоубийственная гражданская война³.

2. Россия не вводила на территорию Донбасса регулярные войска. Если бы они были, это никак невозможно было бы скрыть, да и боевые действия продолжались бы не более недели по всей Украине. Заявления о присутствии российских войск нужно украинскому руководству, чтобы оправдать убийство мирных граждан в ДНР и ЛНР⁴.

3. В российских СМИ много писалось об обстрелах украинской армией мирных граждан и объектов городской инфраструктуры Донбасса. Особо отмечалась разрушительная роль частных батальонов, которые не гнушались насилием над мирным населением, мародерством на захваченной территории, пытками пленных⁵.

В отдельную группу, можно выделить присутствие в новостных программах и в интернет-пространстве России и Украины

¹ http://antikor.com.ua/articles/75272-problema_terrorizma_v_ukraine_i_sostojanie_protivodejstvija_etoj_ugroze.

² <http://www.stopfake.org/tag/donbass>.

³ <http://ruspravda.info/Na-Donbasse-idet-ozhestochennaya-grazhdanskaya-voyna-8671.html>.

⁴ <http://tass.ru/politika/1908398>.

⁵ <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/1367232-chi-smi-bolshe-vrut-v-osveschenii-sobytij-na-donbasse-rossii-ili-ukrainy.html>.

явно придуманной иронической информации, призванной дискредитировать, унижить противника или обвинить его в абсурдных поступках.

Российские сайты об Украине: Украина требует от Монголии компенсации за татаро-монгольское нашествие¹. Пьяный Порошенко рвался в самолет, чтобы улететь в Москву поговорить с Путиным². Яценюк жалуется на сексуальные домогательства со стороны Тимошенко³.

Украинские сайты о России: *Московских бомжей вывозят на Донбасс на поселение. На Путина возбудили уголовные дела по массовым убийствам на Майдане. На границе Китай стягивает войска для войны Россией*⁴.

Помимо новостных программ для дискредитации противоположной стороны сыграли широко употребляемые в интернете уничижительные названия стран и регионов, прозвища политиков, многочисленные карикатуры. Приведем несколько примеров, в том числе, названия народов и стран, связанных с употреблением английских, азиатских африканских окончаний:

Украинцы о России и Донбассе: *«Раишка», «Параиша», «Раица», «РоССия», «Российская Педерация», «Кацапландия», «Кацапстан», «Москвабад»; «Даунбас», «Думбабве», «Луганда» ...*

Россияне об Украине: *«Бандерстан» (от Бандеры), «Быдлостан», «Бандерлоги»*⁵.

Для жителей Донбасса и России украинцы придумали обобщающее слово – «ватник», обозначающее некультурного и необразованного человека. От этого слова появилось много производных – «вата», «ватонаселение», «ваатоополченцы», «ваатоцефал», «ватодобил», «киловатник», «военно-ватный коммунизм» ...

¹ http://ruskline.ru/special_opinion/2015/05/mongoliya_vyplatit_ukraine_kompensaciyu_za_razrushennyj_kiev.

² <http://politikus.ru/events/58637-pyanogo-poroshenko-rvavshegosya-k-putinu-snyali-s-reysa-kiev-moskva.html>.

³ <http://rusevik.ru/news/326879>.

⁴ <http://www.stopfake.org/informatsionnaya-gigiena-kto-rasprostranyaet-sluhi-i-fejki/09.19.2014>.

⁵ http://nnm.me/blogs/ni_figa/novyj-russko-ukrainskiy-slovar-10-neologizmov-postmaydana/page2.

Другое слово, используемое украинцами по отношению к людям, воюющим на стороне Донбасса и носящим георгиевскую ленточку как символ победы, это «*колорады*» (от окраса колорадского жука-вредителя). Со стороны жителей Восточной Украины возникла «защитная реакция» георгиевской ленточки. Вместо расцветки, напоминающей цвета колорадского жука, они стали использовать изображение тигра соответствующей полосатой расцветки¹.

Прозвища политиков – это широкое поле для изучения. Клички обычно основываются на сходстве с именем, фамилией, внешностью обладателя, меняются в зависимости от его поступков, зависят от рода деятельности или от каких-либо высказываний человека. Предложенный материал употреблялся как в российских, так и в украинских источниках: *Порошенко* – «*Шоколадный заяц*», «*Шоколадный король*», после АТО (антитеррористической операции) – «*Потрошенко*», в последнее время – «*Попрошенко*»; *Турчинов* – «*Пастор*», «*Баптист*», после АТО – «*Трупчинов*», «*Турчинатор*»; *Яценюк* – «*Яйценюк(х)*», «*Цуценюк*», «*Кролик*» (из-за прикуса), «*Кулявлоб*» (*пуля в лоб*); *Янукович* – «*Янек*», «*Проффесор*» (делал ошибки в орфографии), «*ЯнукОвоч*» – (овоч-овощ укр.), «*Янучешку*» (*Чеучешку*), «*Януковище*»; *Путин* – «*Путяра*», «*Путлер*», «*Пукин*», «*Путинеску*»².

Карикатуры. Карикатуры на тему событий на Украине переполнили интернет. Надо сказать, что самое большое количество их продуцируют западные СМИ, высмеивая Россию и Украину, при явном сочувствии к последней. Россия и Украина также обмениваются политическими карикатурами. Самые распространенные темы о России со стороны украинских и западных СМИ – нападение «злой и хищной» России в образе медведя или волка на «безобидную» Украину. Очень часто «медведь откусывает Крым». Путина изображают в виде брутального мужчины, увешанного оружием, иногда в образе Наполеона или Гитлера. Рос-

¹ <http://sapojnik.livejournal.com/1862701.html> язык вражды 10.02.15.

² <http://blogs.korrespondent.net/blog/users/3255788-klychky-polytykov-ukrayny-ot-oksany-shkody>.

сийские карикатуристы рисуют Украину чаще всего, находящуюся под внешним управлением или раздираемую между Евросоюзом и Россией. Порошенко изображают в виде поросенка, шоколадного зайца или в луже крови жителей ДНР и ЛНР.

Заключение

СМИ стали основным инструментом манипулирования общественным мнением. Они прививают массам общие ценности, поведенческие модели и нормы. Однако, заметна разница в стиле освещения событий в разных странах. Если сопоставить информацию украинских СМИ по Крымскому референдуму, событиям в Одессе и на Донбассе с эмпирическими исследованиями и опросами населения российскими исследователями, в частности в Крыму¹, можно констатировать, что украинские новостные программы и интернет освещали события менее объективно, желаемое выдавалось за действительное, эмоциональность преобладала над достоверностью данных, фото и видео картинки не всегда соответствовали тексту комментариев. Многие российские издания также не гнушались использовать непроверенную информацию, но в целом, в российских СМИ информация о происходящих событиях подавалась более нейтрально, аргументированно и соответственно – более объективно.

Технические достижения информационной эпохи превратили средства массовой информации и коммуникации в мощный инструмент влияния. В настоящее время его недооценивают на переговорах по мирному урегулированию. Если бы многочисленные наработки информационной войны были использованы в мирных целях! Для этого нужно, чтобы СМИ не гнались за отрицательной сенсацией, а больше показывали материалов, объединяющих противоборствующие стороны. Они могли бы представлять информацию о помощи участников противостояния друг другу, показывали страдания обеих сторон, объясняли бы мотивы

¹ Губогло М.Н. Энергия доверия. Опыт этносоциологического исследования референдума в Крыму. Кишинёв. 2014. С. 1–221; Малькова В.К. «Крым наш!» в Российском информационном пространстве / Исследования по прикладной и неотложной этнологии. № 243. М.: ИЭА, 2015. С. 1–53.

поступков противоположной стороны, формировали бы варианты мирного разрешения процесса.

В Минских соглашениях о деэскалации вооруженного конфликта на Востоке Украины 2015г. следовало бы, помимо письменных договоренностей об отводе вооружений и прекращении огня, отметить необходимость полной остановки информационной войны в СМИ.

Литература

Боташева А.К. Особенности восприятия и подачи информации при политическом конфликте (на примере Украины) // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2014. № 2.

Засурский И. Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во МГУ, 1999.

Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2000.

Кризис на Украине и крымские события 2014. Практика информационной войны. М.: РИСИ, 2015.

Левченко А.Е. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание. Пресс-Служба. 2005.

Малькова В.К. Этнические аспекты журналистики из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА, 2004.

Малькова В.К. Москва – многокультурный мегаполис. М.: ИЭА РАН-ТА-СИС, 2004.

Медведева В.К. Манипулятивные избирательные технологии и право граждан на информацию // Вестник Российского университета дружбы народов. [Серия: Политология]. 2003. № 4 .

Почепцов Г.Г. Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований. М.: Рефл-бук, 2001.

Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2001.

Иллюстрации



а



б

Илл. Примеры публикаций из интернета.

а – <https://yandex.ru/images;>

б – [www.https://.fishki.net/anti](https://.fishki.net/anti)

ИНГЕРМАНЛАНДИЯ ON-LINE: КОНСТРУИРОВАНИЕ ИНГЕРМАНЛАНДСКОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

Развитие информационных технологий оказало существенное влияние на эволюцию форм восприятия социальной реальности. Появление такой технологии как Интернет произвело социальную революцию, упразднив монополию вертикальных СМИ (телевидение, радио, печатные издания и т.д.) на информацию. В интернет-пространстве любой может быть источником информации, а создание социальных сетей, только упростило участие в медиаторчестве.

Подобные условия стали благоприятной средой для этнических, национальных и региональных дискурсов, которые сопровождаются конструированием одних идентичностей и демонтажом других. Любопытным примером служит дискурс ингерманландской идентичности, получивший новую жизнь именно в Интернете. До этого «воскрешения» схематизация и категоризация ингерманландской идентичности, а также проецирование отдельных элементов дискурса в виде материальных объектов в реальный мир продолжались почти четыре столетия.

КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ИНГЕРМАНЛАНДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Возникновение и закрепление центральной категории ингерманландского дискурса связано с созданием шведской провинции *Ingermanland* в XVII в. Как известно, в конце XVI в. Шведское королевство усилило своё давление на рубежи России. По Столбовскому мирному договору, подписанному 27 февраля 1617 г., Россия уступила Швеции значительные территории, прилегавшие к побережью Балтийского моря и в том числе Ижорскую землю (фин. *Inkerinmaa*)¹. В шведском варианте к финскому топониму добавилось окончание *-land*, внёсшее в эту категорию

¹ Де-факто Ингерманландия входила в состав Шведского королевства с 1617 по 1702 гг.

тавтологический элемент: слово «земля» присутствует в топониме два раза, в виде финского «таа» и шведского «land». Спустя 85 лет земли вернулись в состав России, но топоним Ingermanland не потерял своей актуальности. С 1702 по 1708 гг. обширные земли Северо-запада России именовались Ингерманландской землёй и Ингерманландской губернией. Так русское название «Ижорская земля» транзитом через финский и шведский языки преобразовалось в непонятное и труднопроизносимое для русскоговорящих слово – Ингерманландия.

Потенциальные носители ингерманландской идентичности появились тоже благодаря политике Швеции. Шведская власть стремилась заменить местное православное население собственными подданными, переселяя финнов на опустевшие земли. Финские мигранты вместе с местными ижорой и водью, принявшими лютеранскую веру, составили этническую общность, на базе которой позднее, будет создаваться новый народ – ингерманландские финны (*inkerinmaan suomalaiset, inkerinsuomalaiset*). Возможно, категория «ингерманландец» (*inkeriläinen*) появилась уже тогда как внешняя финская лексема, служившая обозначением для финнов-переселенцев, однако этот вопрос представляется дискуссионным в виду отсутствия каких-либо свидетельств об этом.

Распространение ингерманландской идентичности среди финнов Петербургской губернии и оформление её в идеологему, содержащую этнический компонент, началось в XIX в. Этому способствовали: во-первых, деятельность евангелическо-лютеранской церкви, создававшей первые ингерманландские культурные институты и надолго связавшей «ингерманландскость» с лютеранством, фактически превратив её в этноконфессиональную идентичность¹; во-вторых, национально-культурное движение в Финляндии, протекавшее параллельно и всколыхнувшее весь финский мир²; в-третьих, развитие ингерманландского дискурса ин-

¹ Каранов Д.П. Евангелическо-лютеранская церковь и этническая идентичность ингерманландских финнов в XIX в. // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2015. № 1. С. 198–217.

² Каранов Д.П. Влияние Финляндии на этнокультурное развитие ингерманландских финнов в конце XIX – начале XX вв. // Материалы Международной конференции «Скандинавские чтения – 2012». 2014. С. 213–218.

теллигентами-учителями, вышедшими из среды местного финского крестьянства¹. В это время появляются первые научные труды об ингерманландских финнах, возникает образовательная система, ориентированная на финнов, функционируют просветительские общества, проводятся церковные певческие праздники, еженедельно выпускаются ингерманландские газеты, а также каждый год выходит финский народный календарь. Так с середины XIX – начало XX вв. существенно выросло количество культурных институтов, актуализировавших дискурс ингерманландской идентичности.

После революций 1917 г. ингерманландская общность попала в сложную ситуацию. Носители ингерманландской идентичности оказались поставлены перед дилеммой: уехать в Финляндию и сохранить свою свободу, а иногда и жизнь, или остаться в Советской России и бороться за право быть собой на родной земле. На этот вопрос каждый предлагал свой ответ, при этом драматические события не обошли стороной, как первых, так и вторых. Так, эмигрировав в Финляндию, интеллигенты-учителя старались сохранить свою идентичность, но жизнь в близком к ним по многим характеристикам финском обществе и осознание невозможности вернуться назад, не могли не отразиться на «ингерманландскости» – она превращалась в идентичность-воспоминание, исчезающий символ их прошлой жизни.

Ингерманландские финны, оставшиеся в Советской России, столкнулись с ещё более трудными испытаниями. Тех, кто перенёс волнения революционного 1917 г. и последовавшей за ним Гражданской войны, после относительно спокойных 20-х гг. ждали депортации 30-х гг. XX в. Из родных мест советская власть перемещала финнов в Сибирь и Среднюю Азию.² Чтобы обезопасить себя многие люди не только не использовали финскую речь при общении и отрекались от лютеранской церкви; очень часто ингерманландцы меняли финские имена и фамилии на русские.

¹ Каранов Д.П. Роль интеллигенции в этнокультурном развитии ингерманландских финнов и особенности ее формирования // Интеллигенция и мир. 2014. № 3. С. 42–55.

² Гильди Л.А. Судьба «социально-опасного» народа. (Засекреченный геноцид финнов в России и его последствия. 1930–2002 гг.). СПб.: Издательство ДЕАН, 2002. С. 22.

Репрессии стали травматичным опытом, обеспечившим открытую самоидентификацию с советским обществом пострадавших индивидов, латентно продолжавших оставаться ингерманландскими финнами и лютеранами.

Вновь «ингерманландскость» вышла «из подполья» только в 80-е гг. XX в. Эпоха гласности для ингерманландских финнов стала ингерманландским ренессансом. Возникло просветительское общество «Inkerin Liitto» (Ингрийский союз), лютеранская церковь активизировала свою работу, появились финские газеты, вновь стали проводиться ингерманландские праздники и тогда казалось, что «ингерманландскость» возрождается и эту идеологему ждёт ускоренное развитие и процветание. Однако планам мобилизаторов в тот исторический период не суждено было сбыться.

В 1990 г. руководство Финляндии объявило о возможности репатриации финнов, живущих на территории СССР.¹ Суть данной инициативы заключалась в смягчении условий получения гражданства для лиц, имевших предков-финляндцев. В эту страну из России выехало около 30 тысяч носителей ингерманландской идентичности.²

В конце 1990-х гг. стало понятно, что летопись ингерманландской идеи подошла к своему логичному финалу, ведь её непосредственные и потенциальные носители мигрировали в иную социокультурную среду, разорвав связь с центральной категорией. Но, как бы парадоксально это не звучало, носители идентичности уехали, а идентичность осталась. В середине 2000-х гг. эта история получила совсем необычное продолжение, а «ингерманландскость» вновь воскресла в форме региональной идентичности.

ИНГЕРМАНЛАНДИЯ В СЕТИ

Новую жизнь ингерманландская идея обрела в форме регионального политико-культурного проекта, рождённого в среде интернет-блогеров в середине 2000-х гг.

¹ Шлыгина Н.В. Этническая идентификация финнов-репатриантов: к проблеме адаптации // Европейская интеграция и культурное многообразие: В 3-х ч. / Отв. ред. М.Ю. Мартынова. М.: ИЭА РАН, 2009. Ч. 1. Идентичность и миграции. С. 148.

² Шлыгина Н.В. Этническая идентификация ... С. 149.

Раньше других в Живом Журнале появился блог «История и культура Ингерманландии». Первая запись в нём датирована 2 июля 2002 г.¹ Блог освещал события в культурной сфере Петербурга, публиковал исторические очерки и объявления о разнообразных мероприятиях, связанных с главной темой группы. Постепенно вокруг него собирались пользователи, интересовавшиеся ингерманландской тематикой. Позднее эти люди создадут все основные электронные ресурсы, обеспечив тем самым развитие ингерманландского дискурса в Интернете.

На первые места в процессе возрождения и обновления ингерманландского проекта вышли несколько человек, среди которых важную роль сыграл блогер shavu, он же профессиональный журналист В. Николаев. Его блог, под названием «Приют убогого чухонца», начал свою жизнь 12 декабря 2004 г. О себе он напишет так: «петербургский журналист, автор скандальной эпической поэмы «Возвращение», а также мистических манифестов «Маленькая страна» (не то, что поет Королёва) и «Лицо петербургской национальности».² Далее он продолжает категориальный ряд, характеризующий его: «практикующий краевед, гражданин Петербурга и новгородский республиканец. Человек, пришедший из ингерманландского можжевельника. Кавалер медали «За заслуги перед курортом "Старая Русса"». Заслуженный свидетель сознания Большого Зелёного Крокодила».³

Значение shavu в возрождении «ингерманландскости» определяется тем, что он: во-первых, принял участие в создании и работе наиболее успешных ингерманландских интернет-проектов (например, группа «Ингерманландия» в социальной сети «ВКонтакте»); во-вторых, внёс в ингерманландский дискурс элементы и категории, ранее нехарактерные для него (например, копирование негативных украинских лексем – «москаль», «колорад» и др.). При этом, по всей видимости, «ингерманландскость» как идею блогер усвоил уже после появления у него симпатий к украинскому национализму. Так в одном из первых своих постов

¹ История и культура Ингерманландии // <http://ingria-art.livejournal.com/2002/07/02>.

² Приют убогого чухонца // <http://shavu.livejournal.com/profile>.

³ Приют убогого чухонца // <http://shavu.livejournal.com/profile>.

«Виртуальный Петербург», журналист рассуждает об истории Петербурга и идентичности петербуржцев, не упоминая при этом об «ингерманландскости». В то же время он размещает несколько сообщений, свидетельствующих о своём интересе к событиям на Украине. Более того, в новостном сообщении под названием «Привет с Майдана Незалежности» блогер информирует читателей о том, что находится в Киеве и там собирается встречать Новый 2005 год.¹ Первым упоминанием Ингерманландии в его блоге был, по всей видимости, репост 26 мая 2005 г. очерка «Ингерманландская Балтика» пользователя gесerter.²

В группу практикующих краеведов³ также вошли математик Валерий Федотов, Михаил Войтенков, политолог Дмитрий Витушкин, музыкант Андрей Чепелев и другие.⁴ Этим очень непохожих друг на друга по политическим и идеологическим симпатиям людей⁵ объединило, с одной стороны, страстное желание создать региональное движение, которое бы отстаивало интересы жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области, с другой, возможность поучаствовать в консолидации населения двух субъектов на базе иной идентификационной модели, т.е. внести свой вклад в историю региона.

Главная политическая цель «неоингерманландцев» – создание Республики Ингерманландия или Ингрия, на базе Санкт-Петербурга и Ленинградской области, в качестве нового субъекта Российской Федерации и постепенное увеличение её самостоятельности в вопросах внутренней и внешней политик. Они подчёркивают, что «**Ингрия** – это не этнический “проект” финно-угорских народов, это Родина для всех, кто здесь живет – как славян, так и

¹ Приют убогого чухонца // <http://shavu.livejournal.com/2004/12/29>. Зап. 29.12.2004.

² Приют убогого чухонца // <http://shavu.livejournal.com/31420.html>. Зап. 26.05.2005.

³ Практикующий краевед – это тот, кто не только интересуется историей и культурой собственного региона, но и активно создаёт их.

⁴ Автономия Петербурга, Республика Ингрия // Lustgalm. <http://lustgalm.ru/deistvuj/demos/305-avtonomija-peterburga-ingrija>.

⁵ Например, некоторые практикующие краеведы открыто заявляли о своей симпатии к советскому прошлому и советской идеологии, тогда как другие в комментариях и постах использовали негативную лексику «совок» применительно к СССР.

финно-угров»¹. Однако анализ «неоингерманландского» дискурса заставляет усомниться в утверждении об отсутствии этнического компонента.

Для реализации собственных амбиций ими были созданы несколько интернет-проектов, самым успешным из которых стало сообщество «Ингерманландия» в социальной сети «ВКонтакте». Первая запись на стене² группы появляется 20 марта 2011 г. Успех сообщества обусловлен тем, что в течение нескольких лет существования оно смогло сгруппировать вокруг себя тысячи пользователей. Так если в 2011 г. количество участников не превышало нескольких сотен человек, то к 28 июня 2015 г. их было 8277, а к 1 октября того же года достигло 9000.

Устойчивый рост наблюдается и по другим показателям. В таблице №1 представлены количественные показатели активности администрации и пользователей группы в мае за 2011, 2012, 2013, 2014 и 2015 гг. Подсчёт производился по 4 показателям: «посты», «лайки», «репосты» и «комментарии». Под «постами» понимаются новостные сообщения, которые размещают на стене группы. Как видно из представленных данных, в течение 4 лет, за исключением 2011 г., администраторы сообщества выкладывали в среднем 90 сообщений. Данные по этому показателю свидетельствуют о стабильности информационной активности создателей сообщества «Ингерманландия».

Таблица 1

**Активность администраторов и участников группы
«Ингерманландия»**

	2011г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Посты	35	131	85	96	90
Лайки	211	1599	2753	6329	7786
Репосты	64	473	578	1077	1416
Комментарии	29	399	1512	1258	1422

¹ О проекте // Ингрия.инфо: <http://ingria.info/about>.

² Часть страницы, на которой размещаются новостные сообщения.

Гораздо больший интерес вызывают «лайки», «репосты» и «комментарии», которые показывают активность пользователей, просматривающих новости группы. В социальной сети «ВКонтакте» пользователи могут выразить своё отношение к тому или иному посту следующими способами: во-первых, поставить отметку «Мне нравится» или, выражаясь интернет-сленгом, «лайкнуть»; во-вторых, отправить это новостное сообщение на стену своей страницы, т.е. сделать «репост», чтобы друзья и подписчики этого пользователя тоже смогли увидеть эту информацию; в-третьих, оставить комментарий; в-четвертых, пожаловаться на новостное сообщение администрации сайта (однако подобные данные скрыты, а значит, недоступны для анализа).

Скрупулёзный подсчёт лайков и репостов дал числа, зафиксированные в соответствующих ячейках таблицы. Абсолютный рост неоспорим, от года к году меняются только его темпы. Так, рост количества отметок «Мне нравится» на 2012 г., по сравнению с данными на май 2011 г., составил 758 %. В следующие годы темпы роста снизились, но всё равно оставались достаточно высокими, учитывая специфичность транслируемой в массы идеи.

Немаловажным, на наш взгляд, свидетельством активности пользователей, их интереса к теме группы, является устойчивое участие в дискуссиях посредством комментирования постов. Так, в среднем, на каждый пост в мае 2013 г. приходится почти 18 комментариев. Конечно, это только среднестатистические данные. Качественный анализ информации, размещённой в группе, показал, что одни, наиболее полемичные посты, собирают сотни комментариев, тогда как другие, в лучшем случае, единицы.

Группа «Ингерманландия» в социальной сети «ВКонтакте» стала успешным культурно-информационным проектом, популяризирующим ингерманландскую региональную идентичность среди петербуржцев и жителей Ленинградской области. Учитывая её перманентный рост и интерес со стороны людей, принимающих транслируемые сообщения, возникает закономерный вопрос о содержании передаваемой информации.

Причём этот вопрос органично вытекает из цели изучения этнических СМИ. Необходимость тщательного исследования сути этнокультурной информации, а не только её формы, подчёрки-

вают как зарубежные, так и российские исследователи. Крупнейший российский специалист по проблеме этнических СМИ В.К. Малькова так пишет в своей монографии: «... на начальном этапе исследования необходимо увидеть, **что именно** современные этнические идеологи и функционеры распространяют в сознании своих соплеменников-переселенцев...»¹. На наш взгляд, эта цитата ёмко определяет одну из задач исследования любого вида СМИ: от печатного издания до сайта.

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ КАТЕГОРИЗАЦИЯ ПО-ИНГЕРМАНЛАНДСКИ

Одно из центральных мест в дискурсе ингерманландской идентичности занимает оппозиция «Свои – Другие» или «Мы – Они». Вопросы идентификационного характера не могли не возникнуть при концептуализации политических воззрений практикующих краеведов, предложивших иной взгляд на историю и социокультурную реальность Ленинградской области. Такой же вопрос в своё время возникал у ингерманландских интеллигентов конца XIX – начала XX вв., но в отличие от «неоингерманландцев», они искали на него ответы более тщательно, прибегая к историческим источникам, опросам населения и другим исследовательским методам.

Новая «ингерманландскость» в подобных интеллектуальных поисках не нуждалась. Совокупность категориальных схем, копированных из дискурсов прежних акторов и выстроенных логически, сама рождала ответы на эти вопросы. Если Ингерманландия – это не Россия, а «ингерманландскость» не имеет ничего общего с «российскостью», напротив, противостоит ей, то «Другие» – это не ингерманландцы. Тогда кто такие ингерманландцы?

К ответу на этот вопрос практикующие краеведы подходят формально. По их логике к ингерманландцам можно отнести всё население Петербурга и Ленинградской области. Более того, к последним никакой другой этноним или этникон не подходит. Так они подчёркивают: «совершенно ни к чему называть его (регион – Д.К.) советско-коммунистическим названием, особенно

¹ Малькова В.К. Мобилизация этнических сообществ в современной России: по материалам этнических СМИ. М.: ИЭА РАН, 2011. С. 12.

если учесть, что города Ленинграда на карте мира нет уже с четверть века, а назвать одним словом жителя ЛО невозможно в принципе (не "ленобл" же!)»¹.

Все годы существования группы, её создатели отстаивают право называться ингерманландцами, подчёркивая, что не идентифицируют себя с финнами-ингерманландцами. По их мнению, ингерманландские финны, массово покинув регион в период репатриации, потеряли привилегию именоваться ингерманландцами. В посте от 10 марта 2015 г. они пишут: «...ингерманландцы – это не те, кто за последние годы спешно репатрировался в комфортные европейские страны. А те, кто продолжает оставаться на Родине даже в самые трудные времена. Те, кто вновь поднял жёлто-красно-синее знамя над Невой. Ингерманландцы – это мы»².

Однако всячески отрицая связь ингерманландской идентичности с «финскостью», практикующие краеведы не стесняются копировать основные категории, схемы и сюжеты, созданные в рамках ингерманландского дискурса XIX–XX вв. и прямо связанные с историей ингерманландских финнов. Так в качестве флага своего движения «неоингерманландцы» признают флаг 1-ого Ингерманландского батальона, созданный в годы Гражданской войны. Ранее его использовали ингерманландские финны, как символ своей национально-культурной общности.

При выборе гимна гипотетической республики Ингрия / Ингерманландия практикующие краеведы следуют той же линии – они копируют его у ингерманландских финнов. Речь идёт о композиции Моозеса Путро «Nouse, Inkeri» (Вставай, Инкери), которую он посвятил своим соплеменникам финнам Петербургской губернии³.

Связь современного ингерманландского дискурса с финским вариантом «ингерманландскости» проявляется в категоризации физико-географического пространства Ленинградской области. Практика конструирования и популяризации новой идентичности, стоящей в оппозиции «российскости», заставляет активистов

¹ Ингерманландия // VK.com. https://vk.com/wall-25207919_54407.

² Ингерманландия // VK.com. https://vk.com/wall-25207919_52914.

³ О проекте // Ингрия.инфо: <http://ingria.info/about>.

прибегать к употреблению собственных топонимов для обозначения тех или иных мест на карте. Как правило, новыми ингерманландскими топонимами становятся старые финские, т.е. прежние названия мест, упоминаемых в сообщении. Интересно, что графически эти топонимы изображают, используя латинскую графику, а не кириллический вариант. Примеры таких лингвистических инверсий: Зеленогорск – Terijoki, Сосново – Rautu, Приозерск – Kexholm, и т.д.

Получается довольно странная ситуация, которая напоминает логическую ловушку и выражается в формуле: «мы – ингерманландцы, потому что живём в Ингерманландии, которую описываем категориями языка финнов-ингерманландцев и их символами, но с ними ничего общего не имеем». Кстати на почве этого отрицания и явной политизации ингерманландского дискурса, между «неоингерманландцами» и ингерманландскими финнами не раз вспыхивали конфликты. Значит ли это, что ингерманландские финны символизируют «Другого» в «неоингерманландском» дискурсе? Скорее нет, чем да, потому что слишком много всего из истории и культуры ингерманландских финнов практикующие краеведы копировали.

Как отмечалось выше, в качестве «Другого» понимается не ингерманландец. В самом общем смысле – это не житель Ленинградской области. Но также как в узком смысле ингерманландец – это практикующий краевед, «Другой» – это тот, кто противостоит «ингерманландскости».

Наиболее часто с «Другим» ассоциируются носители российской идентичности, которых именуют украинской негативной лексемой «москаль». Параллельно с этой категорией употребляются такие слова как: «ватник», «колорад» и «московит». В посте от 25 декабря 2012 г. слово «москаль» определяется так: «москаль или московит – это не нация, не этнос, а скорее состояние души, менталитет, образ мыслей, диагноз наконец»¹. Затем автор поста уточняет: «Москаля от нормального человека отличает “совковость” – приверженность имперским идеалам, симпатии к авторитаризму, нарушениям прав человека, антизападничество. Сво-

¹ Ингерманландия // VK.com. https://vk.com/wall-25207919_12214.

ими корнями москализм уходит в далекое прошлое, в эпоху татаро-монгольского нашествия на федерацию русских земель. По сути дела, москаль – это духовный наследник татаро-монгольской парадигмы общественного и государственного устройства»¹. Под такое определение может попасть любой человек, лояльно относящийся к России, принимающий официальную историю её возникновения, потому что практикующие краеведы предлагают свои ответы на многие исторические сюжеты.

МИФОЛОГИЗАЦИЯ ИНГЕРМАНЛАНДСКОГО ПРОШЛОГО

В актуализации ингерманландской региональной идентичности практикующие краеведы отводят исторической теме одно из важнейших мест. Чтобы возродить прежнюю этническую идентичность у значительной массы людей или сформировать у молодого поколения новую, мало показать её выгодность, необходимо объяснить её значимость и культурную ценность, а это, в свою очередь, возможно через конструирование прошлого.

Контент-анализ материалов группы «Ингерманландия» позволил выявить ряд исторических мифов, инкорпорированных практикующими краеведами в ингерманландский дискурс. Все эти исторические сюжеты связывает один общий посыл: «Ингерманландия – это не часть России, исторически сложившаяся в её границах, а оккупированная ею страна. Более того, ингерманландская идентичность исторически противостоит «российскости», потому что она связана с западной культурой, а Россия с азиатской или восточной культурой».

Наиболее ярко эту линию демонстрирует миф о происхождении России, с точки зрения практикующих краеведов. Россия или «Московия», как они её называют, не продолжает древнерусскую государственность, сложившуюся в период существования Киевской Руси, а является наследником Золотой Орды. Так 28 января 2014 г. на стене сообщества они публикуют запись: «Кто не знает – т.н. "российская государственность" берёт своё начало в Золотой Орде с её азиатчиной, холопством, подавлением любого инакомыслия и ненавистью к свободе. К счастью, история Ингрии

¹ Ингерманландия // VK.com. https://vk.com/wall-25207919_12214.

знает и другие страницы. В наших силах их восстановить и вернуться в лоно Европы»¹.

Часть исторических постов посвящена «оккупации» Ингерманландии Россией. Эти сообщения, как правило, информируют читателей о каком-либо известном историческом событии, сопровождая его соответствующим комментарием. Например, 14 июля 2011 г. они опубликовали такой пост на стене сообщества: «Сегодня ровно 540 лет с одного из самых трагических дней в нашей истории – 14 июля 1471 г. московитско-татарские войска разгромили новгородское ополчение в Шелонской битве. С этого дня наша земля оккупирована...»².

Тема исторической оппозиции Ингерманландии и России развивается в новостных сообщениях об истории и культуре Петербурга. Практикующие краеведы настаивают на том, что Петербург – это исторический преемник Ниеншанца. Их позицию по этому вопросу хорошо показывает следующее сообщение, опубликованное в группе 27 мая 2014 г., в День города: «Если кто не в курсе, напоминаем, что Городу на Неве не 311 лет, а 402 года. И основали его не сегодня. Именно с 1611-го, с основания Ниеншанца по приказу Карла IX, берёт своё начало непрерывная урбанистическая традиция в дельте реки Невы, ни разу с тех пор не прекращавшаяся»³. Мотивом переосмысления ключевых дат и событий в истории Невского края служит желание «неоингерманландцев» показать исторически сложившуюся ориентацию региона на Запад. В таком ракурсе стремление видеть в роли создателя города шведского короля, а не российского государя, связано с общей направленностью «неоингерманландского» курса, выраженной в противостоянии всему российскому.

Мифологизация ингерманландского прошлого носит не только антироссийский, но и, возможно, антирусский характер. Подобный вывод напрашивается, как минимум, по двум причинам. Первая причина состоит в том, что в группе часто публикуются исторические справки о европейских политиках, писателях, поэтах, музыкантах и композиторах, но аналогичные упоминания

¹ Ингерманландия // VK.com. https://vk.com/wall-25207919_31340.

² Ингерманландия // VK.com. https://vk.com/wall-25207919_259.

³ Ингерманландия // VK.com. https://vk.com/wall-25207919_39432.

о русских деятелях Петербурга представлены единично. Например, ежегодно в день рождения финско-шведской писательницы Т. Янссон в группе появляется соответствующая новость, тогда как аналогичные посты в день рождения А.С. Пушкина, внёсшего бесценный вклад в петербургскую культуру, отсутствуют. Можно подумать, что А.С. Пушкин родился не в Петербурге, а потому не рассматривается «неоингерманландцами» в качестве «своего» культурного деятеля. Однако Т. Янссон тоже родилась далеко не в Петербурге.

Второе доказательство антирусской направленности исторической части ингерманландского дискурса, развиваемого практикующими краеведами, связано с первым. Основное внимание в группе уделено европейским персоналиям, но российские и русские персонажи иногда тоже удостоиваются отдельных постов. При этом, в этих исторических справках упорно доказывается «нерусское» происхождение того или иного героя. Так, если А.С. Пушкин и его день рождения забыты «неоингерманландцами», то биографический очерк об Арине Родионовне ежегодно появляется в новостной ленте. Авторы в этом очерке доказывают финское, а точнее ижорское происхождение няни великого поэта. Не забывают администраторы группы и А.Д. Меньшикова. В историческом посте о его жизни авторы придерживаются версии о польском происхождении князя.

Таким образом, исторические сюжеты, изображенные в постах группы «Ингерманландия», следуют ключевой оппозиции, выстроенной в ингерманландском дискурсе практикующими краеведами: Ингерманландия vs. Россия и «ингерманландскость» vs. «российскость». При этом Россия изображается агрессором и захватчиком, а Ингерманландия – оккупированной частью западной цивилизации.

* * *

Конструкторы ингерманландской региональной идентичности развивают свой дискурс при помощи ряда интернет-проектов, особое место среди которых принадлежит группе «Ингерманландия» в социальной сети «ВКонтакте». Несмотря на заявления об

отсутствии этнического компонента в ингерманландской региональной идентичности, он присутствует в виде категорий и символов, перемещённых «неоингерманландцами» из прежнего ингерманландского проекта, имевшего финское категориальное основание. Из этого следует, что современный ингерманландский дискурс противоречив и его возникновение обусловлено не кризисом идентичности отдельных личностей, желающих разобратся в себе, а их политическими амбициями. В противном случае подобные противоречия и проблемные вопросы не возникли бы. При этом внутренняя несогласованность ингерманландской региональной идентичности не пугает пользователей Интернета. Можно предположить, что в скором времени дискурс проявит себя в реальном мире, а количество носителей ингерманландской региональной идентичности расширится.

Пример группы «Ингерманландия» показывает, что Интернет может быть эффективным каналом передачи информации, способной повлиять на самоидентификацию индивидов. Возникает опасность манипуляции идентичностью пользователей в экономических или политических целях. В таком ключе, мониторинг работы подобных интернет-проектов, качественный анализ их информационной активности и интерпретация полученных данных приобретают особую актуальность.

Литература

Автономия Петербурга, Республика Ингрия // Lustgalm. <http://lustgalm.ru/deistvuj/demos/305-avtonomija-peterburga-ingrija>.

Гильди Л.А. Судьба «социально-опасного» народа (Засекреченный геноцид финнов в России и его последствия. 1930–2002 гг.). СПб.: Издательство ДЕАН, 2002.

Ингерманландия // VK.com. <https://vk.com/inkerinmaa>.

История и культура Ингерманландии // Живой журнал: <http://ingria-art.livejournal.com>. 02.07.2002.

Каранов Д.П. Влияние Финляндии на этнокультурное развитие ингерманландских финнов в конце XIX – начале XX вв. // Материалы Международной конференции «Скандинавские чтения – 2012». 2014.

Каранов Д.П. Евангелическо-лютеранская церковь и этническая идентичность ингерманландских финнов в XIX в. // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2015. № 1.

Каранов Д.П. Роль интеллигенции в этнокультурном развитии ингерманландских финнов и особенности ее формирования // Интеллигенция и мир. 2014. № 3.

Малькова В.К. Мобилизация этнических сообществ в современной России: по материалам этнических СМИ. М.: ИЭА РАН, 2011.

О проекте // Ингрия.инфо: <http://ingria.info/about>.

Приют убогого чухонца (26.05.2005) // Живой журнал: <http://shavu.livejournal.com/31420.html>.

Шлыгина Н.В. Этническая идентификация финнов-репатриантов: к проблеме адаптации // Европейская интеграция и культурное многообразие: в 3 ч. / Отв. ред. М.Ю. Мартынова. М.: ИЭА РАН, 2009. Ч. 1. Идентичность и миграции.

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:
КОНСТРУИРОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ И ИДЕНТИЧНОСТИ
(на примере Одесской области, Республика Украина)**

В настоящее время в системе межлического общения прочно обосновался Интернет. Он вышел далеко за рамки своей изначальной сугубо утилитарно-потребительской функции и превратился в один из активно развивающихся видов коммуникации, вовлекающий широкий круг пользователей. Формирующееся информационное общество отличают не только и не столько расширяющиеся возможности накопления и переработки информации, сколько новые формы коммуникации¹. Глобальная сеть предоставляет широкую возможность для общения и обсуждения различных проблем, волнующих современного человека, включая самые потаенные и запретные темы. Реализуется это благодаря разнообразным формам общения – форумы, чаты, on-line-дневники, сообщества, создаваемые по интересам. Зачастую происходит все это вне временных и территориальных рамок.

Какое же место занял Интернет в дискурсе этничности? Парадокс состоит в том, что с одной стороны, виртуальное пространство деэтнизировало мир. Единственным значимым в данных условиях «этническим» критерием остается язык, но в условиях американизации уже и он не является непреодолимым фактором. Виртуальная реальность сама создает виртуальные этносы. Игровые компьютерные миры уравнивают реальные этносы с виртуальными. Исторические нации на равных сосуществуют с фэнтезийными эльфами, орками и хоббитами. Тем не менее, ряд исследователей указывают на то, что даже в таком деэтнизированном

¹ Жичкина, А.Е., Белинская, Е.П. Стратегии самопрезентации и их связь с реальной идентичностью // Флогистон: Психология из первых рук. http://flogiston.ru/articles/list/self_1st. 1999.

пространстве этническое и расовое деление остается в форме дискурса¹. С другой же стороны, именно одна из коммуникативных структур в рамках Интернета возвращает нас к проблемам этноса и этничности. Речь идет о социальных сетях, сущность которых выражалась не в имитации реального мира, не в создании новой виртуальной реальности, а в использовании Интернета в качестве удобного средства коммуникации. Уход от концепции виртуальной реальности означал конструирование традиционной социальности, с традиционными социальными статусами, «реальной» социальной иерархией и т.д. Неизбежным становится в этих условиях возрождение этничности, ее актуализация. Интернет-коммуникация дает возможность для общения без границ, однако именно в социальных сетях, одной из важных характеристик которых является их закрытость, человек снова оказывается в границах так же, как это было, когда он ощущал себя частью целого национального государства. Наличие границ всегда способствует становлению идентичности². Появление платформ социальных сетей стало решающим моментом в становлении идентичности в Интернете. Идея социальной сети изначально построена на необходимости представления там реальной идентичности или, более точно, личностной идентичности. Если вы представите себя вымышленным именем, то шансы на расширение сети, то есть на то, что вас найдут ваши друзья или же они подтвердят ваше обращение включить их в свою сеть будут очень малы³. Неслучайно в исследованиях социального потенциала Интернета, проявлениях социальной, гендерной, территориальной, этнической идентичности главенствующее положение занимают именно социальные сети.

Исходя из вышесказанного, актуальность выбранной для исследования тематики выглядит вполне очевидной. В этнологии и антропологии крайне мало исследований, занимающихся проблемой изучения воздействия веб-сайтов на становление и развитие

¹ Мартыянов Д.С., Мартыянова Н.А. Дискурсивные аспекты этнической идентичности в интернете // Вестник СГУТиКД. 2012. № 2 (20). С. 235.

² Мартыянов Д.С., Мартыянова Н.А. Указ. соч. С. 236.

³ Асмолов А., Асмолов Г. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Журнал самиздат. 2009. http://samlib.ru/a/asmolow_g/psylych.shtml.

поликультурного пространства, практически нет работ о значении и влиянии этнической информации в сети Интернет на пользователей. Только начинается разработка и апробация методологий оценки сайтов по этнической тематике¹. Поэтому изучение репрезентации этничности в Интернете представляет собой мало разработанное направление научного анализа и вместе с этим актуальное и довольно перспективное.

Объектом в данной работе является пространство современных социальных сетей Интернета и репрезентация в нем этничности, *предметом* – механизм конструирования реальности и идентичности в сервисе социальных сетей. *Целью* работы является исследовать специфику репрезентации этничности в социальных сетях. В соответствии с целью, выделим следующие *задачи*: выявить, какую роль выполняют социальные сети в процессе конструирования этнической идентичности; рассмотреть механизм формирования этнической идентичности в социальных сетях; проанализировать проявления этнической идентичности на примере сообществ, созданных в социальных сетях различными этническими группами Одесщины. Основными источниками выступают группы, созданные в сервисе одной из популярных социальных сетей «ВКонтакте». Выбор для исследования именно Одесщины обусловлен спецификой региона, одной из определяющих черт которой является этническое многообразие. Из более чем двух миллионов человек, проживающих на территории Одесской области, представители национальных меньшинств составляют более одного миллиона. По данным Всеукраинской переписи населения, на территории области проживали представители 133 национальностей и народностей. Наиболее численными этносами являются украинцы – 62,8%, русские – 20,7%, болгары – 6,1 %, молдаване – 5,0%, гагаузы – 1,1%, евреи – 0,5%, белорусы – 0,5%, армяне – 0,3%, цыгане – 0,2%, поляки – 0,1%².

¹ Лапкина Н.А. Социальный потенциал интернет-ресурсов в дискурсе этничности – Автореф. дисс. канд. ист. наук. М., 2011. http://www.iea.ras.ru/cntnt/levoe_meny/publikacii/avtorefera/avtorefera1.html.

² О количестве и составе населения Одесской области по итогам Всеукраинской переписи населения 2001 года. <http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/nationality/odesa>.

Следует оговорить, что при анализе репрезентации этничности в сервисе социальных сетей мы не задавались целью отыскать и охарактеризовать все существующие виртуальные сообщества всех возможных этносов, проживающих на Одешине. Для того, чтобы выявить основные составляющие и принцип действия механизма конструирования этнической идентичности, мы ограничились лишь наиболее численными, активными, показательными в этом плане фото- и видеоматериалами. При этом, акцент был сделан на различные формы саморепрезентации как в вербальном, так и в визуальном выражении. Прослеживали конструирование реальности и идентичности в трех плоскостях: информационной, коммуникационной и социальной. Фокусировалось внимание соответственно на той информации, какую хотят донести представители различных этнических групп о себе другим и каким образом пытаются привлечь внимание своих сородичей, а также на наиболее обсуждаемых темах среди различных сообществ.

Логике изложения подсказала структурная схема – общая для всех создаваемых сообществ: название, описание, местоположение, опрос, обсуждения, фотоальбомы и видеозаписи, стена сообщества.

Название. Как говорится, название всегда само говорит за себя. Проведенный мониторинг названий показал, что актуализация этнической идентичности в сервисе социальной сети может происходить на нескольких уровнях: на уровне государства/государств, региона, населенного пункта, профессионального/социального сообщества. Проиллюстрируем это примерами. Первому уровню соответствуют: «Болгары Украины»¹, «Албанцы Украины»², «Молдаване и румыны Украины»³, «Украинские цыгане»⁴, «Jewish People of Ukraine!!! Евреи из Украины»⁵, «Светские евреи в Украине»⁶. Региональные сообщества: «Болгары Бессарабии»⁷, «Болгары Одесской области»⁸, на уровне города:

¹ <http://vk.com/club1011938>.

² <http://vk.com/club4895664>.

³ <http://vk.com/club5062840>.

⁴ <http://vk.com/club23309214>.

⁵ <http://vk.com/club18322904>.

⁶ <http://vk.com/club13457879>.

⁷ http://vk.com/besarabski_bulgari.

⁸ <http://vk.com/odessabulgaria>.

«Tineretul moldovenesc din Odesa»¹, «Цыгани в Одессе»², «БАХТАЛЕ РОМА Цыгане Одессы»³, «Место встречи одесских евреев»⁴, «Одесские Поляки»⁵, «Одесские Армяночки и Армяне»⁶. Проследить этническую идентичность на уровне отдельного населенного пункта (города, деревни, села) позволяют «дружественные» ссылки, указанные на страницах сообществ, созданных по региональному признаку. Например, на страничке «Болгары Бессарабии» мы находим среди рекомендованных ссылок следующие: «Болград!!!», «Суворово (Шикирли-Китай)», «Родна Каменка», «КРИНИЧНОЕ», «Группа с.Заря», «ТРОЯНЦЫ всегда и везде!!». В другом случае в сообществе «GAGAUZLAR (ГАГАУЗЫ)»⁷ среди дружественных ссылок – «Старые Трояны», «ЧЕРВОНОАРМЕЙСКАЯ ШКОЛА №1 №2». Примером сообщества, в котором соединены этническая и социальная идентичность являются группы «Болгары ОНУ имени Мечникова»⁸, «ГАГАУЗЫ МЕДИКИ – ОБЪЕДИНЯЕМСЯ!!!»⁹.

Обособленно от вышеуказанной классификации находятся группы, где ведущей является этническая идентичность, а региональную идентичность можно проследить, лишь анализируя опросы, темы обсуждения, представленные в группе. Например, «Албанцы были, есть и будут!»¹⁰, «свободная Гагаузия»¹¹, «Я – Немец!»¹². Вариантом, где наряду с региональной представлена этноконфессиональная идентичность, является группа «Липоване»¹³.

Описание. Название является определенным фиксатором, позволяющим выявить этнические группы, заявившие о себе в

¹ <http://vk.com/tineretulmoldovenesc>.

² <http://vk.com/club3165506>.

³ <http://vk.com/club35050572>.

⁴ <http://vk.com/club9482917>.

⁵ <http://vk.com/odessapolak>.

⁶ <http://vk.com/club1226736>.

⁷ http://vk.com/gagauz_gruppa.

⁸ <http://vk.com/club46372025>.

⁹ <http://vk.com/club5571251>.

¹⁰ <http://vk.com/club26508803>.

¹¹ <http://vk.com/club17559091>.

¹² <http://vk.com/club34375530>.

¹³ <http://vk.com/club5719521>.

виртуальном пространстве, описание содержит в себе мотивировку создания сообщества.

Исходя из анализа описаний различных групп, можно вывести следующую типологию. *Описание-призыв*: «Хочется увидеть здесь болгар Одесской области, знакомых, друзей, односельчан... Заходите, мы всем вам рады!» (группа «Болгары Одесской области»); «Гордея се че съм българин!! Да живеят българите! Болгары Бессарабии объединяемся!» (группа «Болгары Бессарабии»); «Все цыганы с этого города объединяйтесь в один табр!!!!» (орфография сообщества соблюдена – Г.С.) (группа «Цыганы в Одессе»); «Ромалэ теявэн бахтале састэ со манген Девлэстар мек Девел дел! Добавляйтесь в цыганскую группу !!!))» (орфография сообщества соблюдена – Г.С.) (группа «БАХТАЛЕ РОМА Цыгане Одесси»).

Описание-конкретизация (в описании мотивировка уточняется либо этнической идентичностью, конфессиональной либо региональной/локальной): «Группа для общения молдаван, румын и их потомков, которые родились и/или живут(жили) в Украине, учащихся и выпускников румынских школ, а также тех, кто интересуется нашей культурой. Никакого национализма и негатива! В группе нет дискриминации по языковому признаку. Разрешено общение на русском, румынском, украинском... Приглашайте в группу своих друзей!» (группа «Молдаване и румыны Украины»); «Украинские цыгане, проживающие на Украине и за пределами Украины. Сэрвы, влахи, кымы, калдерари, ловари...» (группа «Украинские цыгане»); «Это группа для всех Евреев Украины!» (группа «Jewish People of Ukraine!!! Евреи из Украины»); «Украинская, а теперь и не только украинская, группа евреев по происхождению и тех, кто не нуждается в доказательствах существования Бога и сознательно выбирает иудаизм. Но желающих приблизиться к правильному еврейскому образу жизни, понять смысл своих еврейских корней» (группа «Светские евреи в Украине»); «Есть здоровское место на Таирово в здании бывшего ДС в котором можно классно провести время, играя в бильярд, теннис, компьютеры. Проводить разные конкурсы, да и просто играть в настольные игры. В тёплое время года на этой территории можно делать шашлыки. В дальнейшем планируем сделать из этого места клуб. Места много и всем хватит!!! Приходите! Всем будем рады! Ильфа и Петрова 37 б» (группа «Место

встречи одесских евреев); «Поляк – это не просто национальность, гражданство или этничность, это что-то больше, это носитель культуры, впитанной генетически» (группа «Одесские Поляки»); «Я – Немец! И этим всё сказано! Единство нации – вот что важно!» (группа «Я – Немец!»); «Объединение старообрядцев с Дуная!» (группа «Липоване»); «Эта группа для тех, кто живёт или когда-то жил Березовке (Одесская обл.) и кому не безразлично будущее нашего любимого города!» (группа «Мое рідне місто – Березівка»¹); «Для тех, кому Болград родной город!!!!» (группа «БОЛГРАД!!!!»²); «Группа создана для студентов-болгар ОНУ имени Мечникова, равнодушных ко всему родному: культуре, истории, традициям, языку. Молодежь – будущее страны! Мы, молодые болгары, должны выполнить не только долг перед государством, но и долг перед нашим народом – сохранить всё болгарское, не дать всему родному рассеяться в суете серых дней и городских будней! Болгары ОНУ имени Мечникова, объединяйтесь для общей благородной цели!!!!» (группа «Болгары ОНУ имени Мечникова»); «Группа создана для тех кто понимает толк в Армянской красоте, кто хочет познакомиться, влюбиться... В принципе наша Одесса многонациональна!!! А цель группы такова! Хочу собрать всех Армяней нашего города и познакомить их друг с другом!!! Пускай все знают друг друга в лицо, общаются и тусуют вместе...» (орфография соблюдена авторская – Г.С.) (группа «Одесские Армяночки и Армяне»).

Описание-экскурс (данное описание сопровождается определенным историческим либо статистическим, географическим экскурсом о народе, либо о конкретном населенном пункте): «Гагаузы – немногочисленный тюркский народ, исповедующий христианство. В настоящее время около 250 тысяч человек расселены на территории бывшего СССР. Основная часть, более 153 тысячи проживает в Буджакском регионе на юге Молдовы. Существуют гагаузские села на Украине в Одесской и Запорожской областях, в Румынии, в Казахстане, Киргизстане, Узбекистане, Кабардино-Балкарии.

¹ <http://vk.com/club2087328>.

² <http://vk.com/club456970>.

Около 20 тысяч гагаузов насчитывается на Балканах в Болгарии и Греции» (группа «свободная Гагаузия»); «Наше село, Камчик, было основано в 1831 г. в результате второго массового переселения болгар в Бессарабию» («Группа с.Заря™»¹); «Новая Ивановка – село, расположенное в юго-западной части Арцизского района Одесской области, граничит с двумя районами: Болградским и Тарутинским. При этом находится вблизи границы с Молдавией (25 км) и имеет хорошее географическое расположение. При улучшении состояния дорожного покрытия есть все предпосылки для появления более активного транспортного потока...» (группа «Новая Ивановка»²).

Описание – «мы – лучшие из лучших». В данном случае речь идет отнюдь не о демонстрации своего превосходства, скорее оно продиктовано желанием сформировать позитивную идентичность у членов своей группы. Чаще всего данный тип описаний связан с объединениями не по этническому, а по территориальному принципу: «Кубей The Best...» (группа «Кубей Лучший»³; «Группа для тех, кто родился, живёт, жил или будет жить в самом прекрасном населённом пункте Одесщины – НОВЫХ ТРОЯНАХ!!! А также для тех, кто хоть раз в жизни приезжал в гости к троянцам, кто ХОТЕЛ приехать, но троянские власти отказали в визе, для тех, кто, хотя бы издали видел фотографию с Троян, кто знаком с троянцами и просто для всех тех, кому не безразличен этот мегаполис...» (группа «ТРОЯНЦЫ всегда и везде!!»⁴); «В самом лучшем городе на земле родились самые лучшие люди!» (группа «Вилково – украинская Венеция»⁵; «Килия – украинская Ибица на берегу Дуная. Только тут нам по-настоящему весело и беззаботно на самых классных дискотеках в Стиле и Вегасе... Килия – украинский Ватикан в Одесской области. Только тут мы ощущаем настоящее духовное равновесие и уми-

¹ <http://vk.com/club2407137>.

² <http://vk.com/club4545886>.

³ <http://vk.com/club8319376>.

⁴ <http://vk.com/club1414387>.

⁵ <http://vk.com/club1555789>.

ротворение... Килия – украинский Голливуд на границе с Румынией. Только тут обитают самые сексапильные девушки и самые популярные парни... Килия – наш родной город, мы тут родились и выросли, и мы не стесняемся это говорить!!!!» («КИЛИЯ – мой родной город!!!»¹); «Жители славного города на Дунае!» («Измаил, как он есть»²).

Местоположение. Данная структурная единица в схеме того или иного сообщества указывает место создания/существования группы (чаще всего оно мотивировано местом обитания модератора(ов) группы). Казалось бы, чего тут непонятного, если в названии фигурирует «Украина», «Бессарабия», «Одесса» или другой город – и так все ясно. Однако обратим внимание на некоторые случаи, когда название группы не всегда совпадает с указанным местоположением либо же является недостаточным для привязки его к той или иной территории. Проиллюстрируем это конкретными примерами. В группе «Украинские цыгане» в качестве местоположения указано – Индия. У сообщества «Jewish People of Ukraine!!! Евреи из Украины», созданного евреями для общения евреев из Украины указано в качестве местоположения Одессу. А вот о местоположении группы «Албанцы были, есть и будут!» подсказывают фотоальбомы сообщества «Улицы нашего села», «Улицы нашего села–2» и одна из тем обсуждения «Жовтневое лучше всех!!!», да и родина одного из админов группы – все то же Жовтневое.

Опрос является не обязательной структурной единицей в схеме сообщества, но показательной для выявления наиболее волнующих вопросов и наболевших проблем той или иной группы, а также благодаря этому можно проследить активность самой группы. Иногда он выносится на всеобщее обсуждение на главную страничку, либо же содержится в перечне одной из предложенных пользователями тем.

Удалось проследить следующую тенденцию. Для групп, объединяющих представителей из довольно обширной территории (государство, регион), актуальным становится вопрос происхож-

¹ http://vk.com/kiliya_official.

² <http://vk.com/izmail.city>.

дения: «Откъде сте? Откуда вы?» (группа «БолгарЫ Бессарабии»), «Ваш регион» (группа «Молдаване и румыны Украины»), «Вы сейчас проживаете» (группа «GAGAUZLAR») либо принадлежности к той или иной субэтнической группе – «Каких ты цыган?» с вариантами ответов: Сэрвы 37 (54.41%), Влахы 5 (7.35%), Крымы 5 (7.35%), Ловари 4 (5.88%), Поаиуны 2 (2.94%), Кишиневцы 2 (2.94%). Русска рома 5 (7.35%), Калдерари 2 (2.94%). другие 6 (8.57%) (группа «Украинские Цыгане»).

В группах локального формирования возникает вопрос этнической принадлежности если речь идет о селе, где проживают представители нескольких национальностей. Например, в группе «Кубей Лучший» в процессе опроса «Кто ты?» выяснилось следующее: Болгар – 198 (68.04%), гагауз 60 (20,62%), украинец 17 (5,84%), русский 11 (3,78%), другой 5 (1.72%). Иногда этот вопрос возникает и в группах, имеющих не столько информативную, а скорее коммуникативную направленность. Группа «Одесские Армяночки и Армяне», созданная для знакомства и общения, ставит вопрос: «Дорогая молодежь, ... вашей второй половинкой является»: Армянин/Армянка – 154(69.68%), Грузин/грузинка – 5(2.26%), украинец/украинка – 18(8.14%), Русский/русская – 11 (4,98%), другой ответ – 33 (14,93%). Администраторы групп могут также проследить активность группы, поместив вопрос «Как часто вы заходите в группу?» с вариантами ответов: *пару раз в неделю, несколько раз в день, каждый час* («Группа с.Заря™»).

Обсуждения. Это не обязательная структурная единица, позволяющая не просто существовать тому или иному сообществу в сервисе социальных сетей, но и расширять свою аудиторию за счет привлечения новых членов. Она – наиболее функциональная, с информационной, коммуникативной и социальной направленностью. Здесь происходит обмен мнениями по волнующим вопросам, поиск родных, друзей, земляков, единомышленников, обсуждаются новости, оказывается помощь в поиске работы, идет сбор средств и размещается информация о разных формах досуга и просто интересных мероприятиях и полезных web-ссылках. Спектр обсуждений довольно широкий. Представим его тематическими блоками.

Этническая тематика представлена самым различным образом. В группах обсуждаются проблемы этнической принадлежности: «Ты кто по национальности?» Варианты ответов: *албанец, болгар, гагауз, другой* (группа «Албанцы были, есть и будут!»). В группе «Молдаване и румыны Украины» вопрос ставится иначе: «Кем вы себя считаете?». Предусмотрены следующие варианты ответов: *румын, молдаванин, оба варианта подходят, молдаване – румынская этногруппа, украинец – потомок молдаван/румын, другое*. На обсуждение выносятся и вопрос об отношении к своей национальности, и об отношениях между этносами: «Отношение к гагаузской нации» (группа «свободная Гагаузия»); «Гордитесь ли вы тем, что вы болгарка (рин?)», «Вот что о нас думают некоторые русские...» (группа «Болгары Одесской области»); «Български фамилии» (группа «Болгары Бессарабии»); «Что значит для Вас лично быть немцем?» (группа «Я – Немец!»), «Ваша 2-я половинка болгарчик (болгарочка)?» (группа «Мы не шайка, мы не банда, мы – болгарская команда»¹).

С предыдущей темой непосредственно связана и еще одна, обозначим ее как «Знание родного языка». Здесь задаются вопросы: «Кой разбира по български?» (группа «Болгары Одесской области»), «Национальный язык» (группа «Молдаване и румыны Украины»); «Интересные и смешные цитаты, фразы, слова, которые используются в Заре...» («Группа с.Заря™»).

Месторождения/жительства: «Где вы родились?», «Где вы сейчас живете?» (группа «Болгары Одесской области»); «Откуда Вы родом?» (группа «GAGAUZIA»); «В каком городе Украины вы живете?» (группа «Молдаване и румыны Украины»); «Есть ли кто-нибудь из Румынии?» (группа «Липоване»; «Проживаете ли Вы на данный момент в родном городе Килия?» (группа «КИЛИЯ – мой родной город!!!»); «Кто где живет и чем занимается?» (группа «Вилково – украинская Венеция»)².

Патриотическая (отношение к этнической родине, к малой родине – своему городу/селу): «Кто был в Болгарии?»; «Болгар-

¹ <http://vk.com/club2224556>.

² <http://vk.com/club1555789>.

ское гражданство!» (группа «БолгарЫ Бессарабии»); «Кто за присоединение земель, где компактно живут румыны и молдаване к их исторической родине?» (группа «Молдаване и румыны Украины»); «Германия для меня это...» (группа «Я – Немец!»); «Что бы Вы сделали для родного города, если бы имели 1 млн.\$?» (группа «Вилково – украинская Венеция»); «Наш город!» (группа «Мое рідне місто – Березівка»); «Любимое место в с. Новая Ивановка» (группа «Новая Ивановка»); «Какая улица в Заре самая лучшая?» («Группа с.Заря™»).

Следующие тематические блоки содержат общую информацию, не имеющую отношение к этнической, территориальной либо региональной идентичности, потому конкретизировать примерами их не будем. *Коммуникация*: здесь присутствуют обсуждения о местах встреч, местах проведения досуга в городе или селе. *Информашка*: новости района/города/села, объявления (сдам, продам, куплю, работа – ищу/предлагаю и т.д.).

Фотографии и видеозаписи. Данная структурная часть в составе любого сообщества является необходимой, востребованной и не менее функциональной в процессе репрезентации этнической/региональной/локальной идентичности. Следуя принципу «Лучше 100 раз увидеть, чем один раз услышать!», ограничимся лишь наиболее яркими и показательными в этом плане примерами, проиллюстрируем вербально основную тематику визуальных презентаций, представленных в сервисе социальной сети. Кроме самой распространенной тематики «Участники/цы группы», позволяющей продемонстрировать индивидуальность каждого желающего из членов сообщества, не менее популярными темами фотоальбомов и видеозаписей являются те, которые имеют непосредственное отношение к демонстрации различных составляющих этничности. А именно:

История и традиции: «Руско-турската война 1877–1878 г.» (группа «БолгарЫ Бессарабии»); «Традиция, быт и религия гагаузов» (группа «GAGAUZLA»); «История» (с комментариями об истории цыган – группа «Украинские Цыгане»); «Храмы и монастыри липован» (группа «Липоване»); «Свадьбы» (содержит фото разных лет ч/б + современные – группа «Новая Ивановка»).

Одежда: «Болгарская национальная одежда» (группа «Болгары Одесской области»). Кроме этого, народную одежду можно

увидеть в видеозаписях танцев, песен. Например: «Танец на цыганской свадьбе», «Танец цыганского мальчика» (видео в группе «Украинские Цыгане»). Также на страничках различных групп можно встретить видеозаписи народных песен, танцев, выступлений на различных фольклорных фестивалях.

Кухня: «Национальная кухня» (фото блюд без описания рецептов группа «GAGAUZLA»); «Немецкая кухня» (в комментариях содержатся рецепты приготовления блюд – группа «Я – Немец!»).

МЫ: «Украинские цыгане» (с комментариями об истории украинских цыган, о группах цыган в Украине (группа «Украинские Цыгане»); «Разные евреи. Все что связано с нами кидать сюда!» (группа «Jewish People of Ukraine!!! Евреи из Украины»); «Семейный альбом» – фото липован из разных мест и в разные времена (группа «Липоване»).

Наши край: «Узнай Бессарабию» (принцип фотоальбома: угадайте населенный пункт на последней картинке. После этого автор должен подтвердить город/село. Затем можно загружать следующий кадр с населенным пунктом Бессарабии. Запрещено загружать новый, пока не угадали старый – представлено в группе «Болгары Бессарабии»); «Буковина–2007» (фото в группе «Молдаване и румыны Украины»); «Старообрядческая Венеция» (группа «Липоване»); «Мой Болград», «Старый город» (группа «БОЛГРАД!!!»); «Кубей и его жители», «Кубейчик...» (группа «Кубей Лучший»).

Стена сообщества – это своеобразная афиша, место, где как администратор группы, так и каждый желающий может выложить самую различную информацию: поделиться аудио- видеозаписью, сообщить о состоявшемся или предстоящем мероприятии (иногда страничка группы содержит отдельный структурный подраздел «Наши мероприятия»). Так как социальная сеть «В контакте» ориентирована в основном на молодую аудиторию, поэтому на стенах сообществ анонсируются в основном мероприятия для молодежи: конкурсы, КВН, фестивали, поездки, вечеринки. При этом данные акции имеют не только молодежную, но и этническую направленность. Таким образом, откликаясь на призыв поучаствовать в том или ином мероприятии, молодые

люди получают возможность публично признать свою этническую принадлежность.

Анализ социальных сетей на предмет определения репрезентации этничности, форм ее конструирования в глобальной сети, позволяет прийти к следующим выводам.

Сервис социальных сетей является наиболее функциональным средством для формирования различных видов идентичностей, в том числе и этнической. Данный процесс происходит на двух уровнях: коллективном – формирование групповых представлений и норм и индивидуальном – трансляция этих представлений и норм отдельным членам. Высокая степень структурированности сети «ВКонтакте» стимулирует проявление различных типов идентичности: как этнической, так и региональной, локальной в виде заявления ее как некоторой позиции, статуса. Данные проявления удалось зафиксировать на примере различных этнических групп Одесщины. Кроме этого, следует подчеркнуть необходимость виртуальной демонстрации этнического многообразия. Это может способствовать формированию толерантного пространства, способного понять и принять существование других народов, обычаев, традиций.

Наталья Казурова

**БЕРЛИН – СТАМБУЛ:
ПЕРЕКРЕСТОК КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИХ КУЛЬТУР**

Средства массовой информации и Интернет принимают активное участие в нациестроительстве. Не последнюю роль в этом процессе играет и кинематограф. Актуальные темы, стилистические приемы, жанровая направленность фильмов, созданных в Германии авторами турецкого происхождения, зрительские предпочтения и ожидания населения страны могут продемонстрировать общие тенденции и индивидуальные особенности приоткрывшегося в Европе мусульманского кино «в изгнании», о чем пойдет речь ниже.

Исследование национального кинематографа – одна из важнейших стратегий современной антропологии медиа. Анализ национальных школ открывает несколько уровней интерпретации культур. Во-первых, визуальная специфика в синтезе со смысловыми узлами сюжета раскрывает религиозные, этнические, культурные, конфессиональные и идеологические установки изучаемого общества и региона. Во-вторых, страны вступают друг с другом в коммуникацию, в том числе, и посредством участия фильмов в международных фестивалях с их последующим прокатом в кинотеатрах и размещением на веб-порталах.

Заданное мультимедийное пространство приобретает особое значение для проживающих за пределами своей родины иммигрантов. Фильмы национальной школы – это весточка из прошлой жизни с привычными образами, ценностными мирами и ориентирами. Однако обосновавшиеся в новой стране иммигранты, в свою очередь, становятся соавторами ее кинематографического ландшафта. Будучи неотъемлемой частью жизни новой страны, они появляются на экранах как персонажи фильмов. Более того, многие из них начинают сами снимать кино, опираясь в своем творчестве на привычные им принципы и модели поведения.

Сегодня темы иммиграции, чужака, иностранца, безработицы, языкового барьера, межкультурного общения остаются острейшими для Европы, в частности, для ее крупнейшего государства

– Германии¹. Экономическое благополучие страны возвышается величественным фасадом над проблемами межэтнического и межконфессионального порядка. Тем не менее, финансовая благоустроенность большей части населения страны не может защитить граждан государства от внутренних противоречий, делящих страну, с одной стороны, на политические блоки и фракции, а с другой – вызывающих на обывательском уровне неприязнь к людям, находящимся по соседству, но отличающимся своим вероисповеданием и мировоззренческими устремлениями. Выстроить прочный фундамент жизни для своих граждан, основанный на идеях космополитизма, равенства, толерантности, – задача многих современных европейских государств.

СТРАНИЧКА ИЗ ИСТОРИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ КОРЕННЫМИ НЕМЦАМИ И ТУРЕЦКИМИ ИММИГРАНТАМИ

В Федеративной республике Германия (далее – ФРГ) проживает приблизительно 2 миллиона турок (2,5% от общего населения Германии)². Концентрируются они в Берлине, в котором сосредоточено больше турок, чем в любом другом городе за пределами Турции. Турецкое население Германии демографически разнородно в этническом и конфессиональном плане. Среди турок ФРГ насчитывается от 500 до 750 тысяч курдов, и сегодня именно здесь проживает самое значительное число курдов за пределами их традиционного региона проживания³.

¹ Освоение темы «пришлого», «чужака-иностранца» роднит немецкие фильмы с французскими лентами. В наши дни ближневосточный и африканский компоненты выступают уже неотъемлемой составляющей французского киномира. Абделагиф Кешиш, Лоран Канте, Седрик Кан в числе тех режиссеров, которые пишут историю многонациональной Франции.

² По более современным данным к настоящему моменту в Германии проживает около 2,6 млн. турок. См.: *Deutsche Türken – Türkische Deutsche? 50 Jahre Anwerbeabkommen zwischen der Türkei und Deutschland*. URL: <http://www.bpb.de/presse/51083/50-jahre-anwerbeabkommen?p=0>.

³ Курды не имеют собственного национального государства и проживают сегодня в сопредельных государствах: юго-восточная часть Турции, северо-запад Ирана, север Ирака и северо-восток Сирии. Общая численность курдского населения насчитывает свыше 30 миллионов человек. На сегодняшний день большая часть курдов – около 15 миллионов – проживает на территории Турции, которая отказывается признать их права и существование как отдельного

В Германии можно наблюдать, как этническая принадлежность становится важнее национальной: в ФРГ многие иммигранты-турки курдского происхождения понимают свою национальность как курдскую. Не сталкиваясь более с угнетением, курды находят возможность стать более образованными в вопросах истории и культуры Курдистана и узнать больше о своем народе. В Германии (как в некоторых других странах) этнические общины довольно сильны. В определенные исторические периоды были зафиксированы выступления курдов против турок (столкновения имели место в течение 1990-х годов)¹.

Таким образом, выходцы из Турции оказывают значительное влияние на культуру Германии, привнося в нее историческое прошлое своего народа. С одной стороны, турки обогащают новую родину достижениями художественной традиции, складывающейся на протяжении столетий. Фольклорная музыка и танец, словесное и изобразительное искусство, восточный юмор наравне с кулинарными пристрастиями иммигрантов вносят колоритное разнообразие в выхолощенную постмодернистскую немецкую действительность. С другой стороны, переселенцы укореняют в жизнь немецкого общества распри и споры между народами, насчитывающие многовековую историю в самой Турции, но при этом совершенно чуждые этническим немцам. В результате в современной ФРГ одновременно происходят всплески идей мультикультурализма и вспышки мотивированной/немотивированной агрессии. В новом тысячелетии баланс удерживать становится все сложнее.

этноса. Около 5 миллионов курдов живет в автономном регионе Иракского Курдистана. 10 миллионов проживают в иранской провинции Курдистан; 1,5 миллионов – в Сирии, где они не имеют официального права на культурное самоопределение и язык. Курды также дисперсно проживают на территории постсоветского пространства (500 тысяч). См.: Reza-Sadr H. *Iranian Cinema: a Political History*. London, New York, 2006. P. 283–284.

¹ Власти Германии не классифицируют отдельно этнические меньшинства из Турции, определяя их как имеющих турецкое национальное происхождение и называя «турками». Однако турки и курды Германии обладают четкой этнической самоидентификацией, что позволяет им в повседневной жизни разграничивать зоны общей и раздельной коммуникации. Подробнее см.: Naficy H.A. *An Accented Cinema: Exilic and Diasporic Filmmaking*. Princeton, 2001. P. 192–193.

Сегодня немецкие граждане турецкого происхождения по-прежнему находятся в социальных оковах, будучи зачастую неспособными резко изменить свою жизнь по вертикали. Многие из иммигрантов к этому и не стремятся. Однако в некоторых профессиональных сферах потомки первых эмигрантов из Турции стали оказывать колоссальное воздействие на жизнь современной Германии. Не в последнюю очередь это касается немецкой киноиндустрии. История формирования и становления немецко-турецкого кинематографа, подобно кардиограмме, фиксирует нестабильные отношения между иммигрантами и коренным населением Германии. В фильмах рефлексивно отражаются протекавшие и протекающие в обществе процессы в разные исторические промежутки времени.

ТРИ ПОКОЛЕНИЯ ТУРЕЦКИХ КИНОРЕЖИССЕРОВ ГЕРМАНИИ

Первое трудовое соглашение между ФРГ и Турцией было подписано в 1961 году. С тех пор для туток были открыты ворота в новую страну, а их численность в ней с каждым годом возрастала. Поначалу турецкие иммигранты робко, но уверенно стали заявлять о себе в литературных сочинениях и театральных постановках, но достаточно долго оставались «молчаливыми тенями», как, впрочем, и другие этнические меньшинства¹ в кино. О жизни иммигрантов ленты снимали сами немцы. Например, фильм 1975 года «Свадьба Ширин» Х. Зандерс-Брамс поставлен по истории известного турецкого писателя А. Орена и рассказывает о судьбе молодой турчанки, проживающей в Германии.

Первое профессиональное турецкое кино в ФРГ начало выходить в свет в 1980-е годы. Настоящим же прорывом стал фильм Т. Башера «40 кв.м. Германии» (1986). Ленту ждал настоящий международный успех и ряд престижных кинематографических наград, в том числе статуэтка «Серебряного леопарда» в Локарно. Кинокартина Башера повествует о мужчине, который перевез

¹ В течение нескольких лет Германия заключила трудовые договоры с Италией (1955), Испанией (1960), Грецией (1960), Турцией (1961), Марокко (1963), Южной Кореей (1963), Португалией (1964), Тунисом (1965) и Югославией (1968). Число иностранцев в стране неуклонно росло.

свою супругу из Турции в Гамбург. Только и здесь семья продолжила жить по турецким канонам: чтобы оградить жену от аморальной окружающей среды, муж запер ее в небольшой квартире. Женщина вынуждена была проводить все дни напролет в скромной комнатухе, света белого в ней не видя. Режиссер кинематографическими красками создал портрет взирающего на новый мир одинокого чужака. Ассоциации с человеком, больным клаустрофобией, повергали аудиторию в зрительном зале в настоящее уныние, вызванное чувством сопереживания главной героине¹.

Фильм Башера до сих пор остается уникальным явлением в немецко-турецком кинематографе. «40 кв.м. Германии» прозвучал подобно выстрелу на старте, обозначив собой зарождение мультинационального немецкого кинематографа. Звук выстрела вспыхнул после долгих лет мнимой немоты и неслышимый ранее. Однако импульс не повлек за собой никакого продолжения, не появилось школы, последователей или хотя бы подражаний². И этому есть объяснение.

Гастарбайтеры первой волны, вероятно, интерпретировали события, связанные с их жизнью в Германии, отличным от своих последователей способом. Они были вынуждены работать так много, что у них не оставалось душевных сил осмысленно преобразовывать свое социальное существование на уровень эстетических зарисовок. Для этого должны были сложиться определенные, более комфортные, условия. Поэтому нет ничего удивительного в том, что поначалу было так мало творческих личностей, в том числе режиссеров, из иммигрантской среды. Т. Башер, которого часто называют первым деятелем немецко-турецкого кинематографа, на самом деле не принадлежал к турецкой коммуне. Он приехал в Германию, чтобы пройти обучение в Академии изящных искусств Гамбурга³, также учился в Великобритании.

¹ Dönmez-Colin G. The Routledge Dictionary of Turkish Cinema. New York, 2014. P. 13–14.

² Löser C. Berlin am Bosphorus. Spielarten und Hintergründe des deutsch-türkischen Kinos. Film-Dienst. 2004. URL: <http://film-dienst.kim-info.de/artikel.php?nr=150793&dest=frei&pos=artikel>.

³ С 1970 года именуется «Гамбургская высшая школа изобразительных искусств».

Что указывает нам на его привилегированное положение. Он отличался от иммигрантов, происходивших родом, главным образом, из глухих деревень Анатолии и приехавших в Германию за лучшей жизнью для себя и своих детей. Эти люди в большинстве случаев с трудом владели основами грамоты¹.

По причине указанных обстоятельств оценку творчеству Т. Башера правильнее давать с позиций «нового немецкого кино». В 70–80-е годы XX века немецкое кино концентрировалась вокруг тем социального содержания, оно было безжалостно и беспощадно к окружающей действительности. Сам Башер, как и немецкие режиссеры, плохо знали иммигрантскую среду изнутри, они скорее имели свое мнение и представление, однако обладали художественным чутьем и талантом, что позволяло им снимать настоящие кинематографические шедевры.

Словно вторя фильму «Страх съедает душу» (1973) классика немецкого кинематографа и одного из лидеров «нового немецкого кино»² Р.В. Фассбиндера, режиссеров-турок первого поколения волновали темы иммиграции, языкового барьера, трудоустройства, межкультурных противоречий и противостояний, поиска своего места во враждебном мире и, конечно, часто не принимаемой окружающими влюбленности главного героя.

Основной характеристикой кинокартин 1970-х годов была тема *отчуждения*, в 1980-е годы акценты сместились в сторону *притеснения*, особенно это касалось угнетения турецких женщин как жертв мужского насилия. Именно в это время ощущается подъем феминистического движения, стремившегося снять с женщин хиджаб (никаб, паранджу)³ как символ отсталости и варварства.

¹ Cox A.T. Habitats of Meaning: Turkish-German Cinema and Generational Differences // Imaginaries Out of Place: Cinema, Transnationalism and Turkey. Cambridge, 2013. P. 38–39.

² Не менее титулованные режиссеры, представляющие новую волну немецкого кинематографа: Вернер Херцог, Вим Вендерс, Фолькер Шлөндорф, Маргарет фон Тротта и пр.

³ Хиджаб (араб. преграда, завеса) – покрывало, накидка, надеваемые женщинами-мусульманками при выходе на улицу и скрывающая лицо и фигуру. Существуют различные виды хиджаба. Сегодня в мусульманских странах

На смену первым режиссерам пришло второе поколение. Эти кинодеятели несут в себе посттравматический ген, помня рассказы своих родителей о тяжелых временах в Турции и непростых условиях жизни в новой стране. Второе поколение режиссеров, еще будучи детьми, росло среди людей, имеющих привычку помнить и быть свидетелями культурной коллективной травмы и «переплавляющих» свой опыт в яркие образы и истории с ужасающим, но одновременно и ностальгическим оттенком. Для авторов второго поколения не имеет большого значения переехали ли они в Германию в раннем детстве или они родились и выросли уже в новой для их родителей стране. В любом случае, они имеют смутное представление о Турции, она для них скорее призрак, чем реальность. Но именно с именами режиссеров второго поколения связан настоящий триумф немецко-турецкого кинематографа начала-середины 1990-х годов. Фатих Акин, Меннан Япо, Томас Арслан выросли, чтобы покорить немецкого зрителя.

Творчеству Ф. Акина посвящено внушительное число рецензий, обзоров, статей, книг на разных языках мира. Популярность по всему миру ему принесли уже его ранние работы «Быстро и без боли» (1998) и «Солнце Ацтеков» (2000). Успех Ф. Акина среди зрителей закрепил и тот факт, что у него снялся известный актер Германии М. Бляйбтрой, отметившийся в таких культовых картинах, как «Достучаться до небес» (1997) «Беги, Лола, беги» (1998) и «Эксперимент» (2001). Снимется М. Бляйбтрой и в криминальной драме Ё. Йылдирима «Чико» (2007), что говорит об отсутствии страха немецких актеров работать с турецкими режиссерами, а скорее наоборот.

«Головой о стену» (2004) и «На краю рая» (2007) закрепили за Ф. Акином звание одного из лучших режиссеров современности, а киноведы и антропологи в один голос заговорили о выходе немецкого кинематографа на уровень мультикультурного кино¹. С этого момента в книгах по немецкому и немецко-турец-

большее распространение получил упрощенный вариант хиджаба – головной платок и одежда, закрывающая руки и шею.

¹ Brockmann S. A Critical History of German Film. New York, 2010. P. 10.

кому кинематографу Акину посвящают отдельные главы и разделы¹. В своем творчестве режиссер повествует о жизни турок Германии, при этом он рассказывает свои истории одновременно коренным немцам, проживающим в Германии, а в Турции – туркам и зрителям по всему миру. Благодаря фильмам Ф. Акина немецкий кинематограф выходит на уровень двойной и тройной межкультурной коммуникации. Фильм из Германии не просто взаимодействует со зрителями в разных уголках Земного шара, но, пройдя культурную инкультурацию и частичную ассимиляцию, становится продуктом транснационального мультикультурного кинематографа.

Несмотря на то, что непосредственно Ф. Акин в своих работах достаточно часто уделяет внимание быту и проблемам турок Германии, тем не менее немецко-турецкое кино второго поколения перестает концентрироваться исключительно на бытии иммигрантов. Поэтому не всегда можно догадаться, что фильм создан немецким режиссером турецкого происхождения, если не знать самого этого факта. Ярким примером служат ленты М. Япо «Без звука» (2004) и «Предчувствие» (2007), в которых нет и намека на турецкую жизнь, актеры, условно говоря, – этнические немцы, а события фильма определены западными/ европейскими/ христианскими/ общечеловеческими ценностями. Первая картина снята в Германии, вторая – в США с С. Буллок в главной роли.

Случается, что происхождение автора аудитории помогают разгадать легкие восточные нотки в музыкальном оформлении фильмов, если зритель будет готов и захочет их уловить. Впрочем, сделает он это, скорее всего, только потому, что уже заранее знает, что автор – немец турецкого происхождения. Подобное можно наблюдать в картине Т. Арслана «Каникулы» (2007); его же фильм «В тени» (2010), снятый в Германии, и приключенческий вестерн «Золото» (2013), выполненный при совместном производстве Германии и Канады, по аналогии с фильмами М. Япо, не несут в себе ничего турецкого.

¹ Abel M. The minor Cinema of Tomas Arslan: A Prolegomenon // Turkish German Cinema in the New Millennium: Sites, Sounds, and Screens. New York, 2012. P. 175–213.

Однако ранние ленты Т. Арслана основаны на событиях из жизни турецкой общины, как знаменитая «Берлинская трилогия», состоящая из фильмов «Братья и сестры» (1997), «Дилер» (1999) и «Прекрасный день» (2001). О творчестве Арслана практически всегда пишут через попытку поиска примет осмысления им своей собственной идентичности в пограничном мире между возможностью быть турком или немцем¹.

Однако некоторые авторы, интерпретируя работы режиссера, выходят на более существенные проблемы немецкого социума. «Ценность фильмов Арслана состоит в том, что они дают возможность представить Германию без самонадеянного предубеждения о том, что мы уже знаем, кто такие немцы и их чужаки. Возможно, это главная задача режиссеров, начавших работать в эру после падения Берлинской стены. Это эпоха, в которой политики отказались помыслить Германию по-новому, как новую нацию, эпоха, в которой людям только предстоит понять, кто они. В буквальном смысле слова – это дело будущего»².

Второе поколение режиссеров меняет парадигму развития немецко-турецкого кино. Тематическое разнообразие, разрыв жанровых клише, игра на стереотипах, самоирония совмещаются ими с классическими сюжетами для иммигрантского кинематографа. Исследование турецкой диаспоры не исчезает с немецких экранов, но становится более многоликим. Если фильмы начала и середины 1990-х годов тяготели к криминальной и семейной драме, то ближе к 2000-м годам кино с образом турецкой общины и Турции в центре повествования становится все более ретроспективным и уходит в документалистику.

Немецкие режиссеры турецкого происхождения сняли серию неигровых фильмов о родине своих родителей. Антропологическая картина «Мой отец – турок» (2006) М. Феттера, кинопутешествие по музыкальной сцене современного Стамбула «По ту сторону Босфора» (2005) Ф. Акина, рассказ о столичной и провинциальной жизни от побережья Эгейского моря до курдских

¹ Отец Томаса Арслана – турок, мать – немка.

² Abel M. The minor Cinema of Tomas Arslan: A Prolegomenon // Turkish German Cinema in the New Millennium: Sites, Sounds, and Screens. New York, 2012. P. 54.

районов и границы с Арменией в ленте «Издалека» (2006) Арслана настраивают на ностальгический, но умеренно сентиментальный лад. Фильмы сняты с большим теплом и уважением к Земле своих предков.

Второе поколение режиссеров выступает медиатором между первым и последним на данный момент – третьим поколением, жизнь которого уже полностью протекает в системе немецкого образования, оно в большей степени знакомо с политическими и социальными ценностями Германии. Представители третьего поколения получают информацию не только в пересказе своих родственников, а ориентированы на телевидение, Интернет и кинематограф, поэтому эти режиссеры либо отторгают свое турецкое прошлое, либо живут двойными стандартами, либо смешивают в своем творчестве немецкие и турецкие традиции, часто в комедийной и пародийной форме.

К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «НЕМЕЦКО-ТУРЕЦКИЙ» КИНЕМАТОГРАФ

На сегодняшний день турецкий компонент в немецком кинематографе столь ярок, что исследователи задаются вопросами: не является ли «новое немецкое кино – турецким кинематографом»¹ и какова турецкая душа немецкого кино?² А на вопрос, кто лучший современный немецкий режиссер часто можно услышать в ответ, что это, несомненно, Фатих Акин.

Первое время немецкая кинокритика была не готова дать обозначение нарождающемуся в их собственной стране кинематографическому явлению. Отсутствие однородности в определении данного феномена привело к использованию формулировки *das Kino der doppelten Kulturen* – кинематограф удвоенной/сдвоенной культуры³. В 1990-е годы уже стало просто невозможно игнорировать появление новой волны фильмов режиссеров турецкого

¹ Kulaoglu T. Der neue „deutsche“ Film ist „türkisch“? Eine neue Generation bringt Leben in die Filmlandschaft // Filmforum. 1999. P. 8–11.

² Schäffler D. Deutscher Film mit türkischer Seele. Entwicklungen und Tendenzen der deutsch-türkischen Filme von den 70er Jahren bis zur Gegenwart. Saarbrücken, 2007.

³ Schäffler D. Das Kino der doppelten Kulturen. Migration als filmisches Thema: Im deutsch-türkischen Film anhand ausgewählter Beispiele. München, 2006.

происхождения, что стало знаком осознания турками себя внутри немецкой культуры и никак не за ее пределами.

Постепенно прижилось несколько смежных терминов *deutsch-türkisches Kino*, *türkisch-deutsches Kino*, *türkisch-deutscher Film* или *deutsch-türkischer Film*. Эти определения помогают киноведам избегать формулировок иммигрантское или «гастарбайтерское» кино. И вместе с тем, появление новых терминов обозначает разницу между фильмами турок 1990-х годов и традиционным немецким кинематографом, а также не всегда четко, но условно намечает водораздел между картинами турецких режиссеров 1990–2000-х годов и более ранними работами первых переселенцев.

Еще раз подчеркнем, что многие исследователи указывают на трансформацию турецкого кинематографа в немецкоговорящей среде и в пределах одной страны в мультикультурное кино. В продолжение темы специалисты анализируют сюжетные изменения турецких фильмов Германии с момента их зарождения вплоть до наших дней и фиксируют изменения по направлению от «культурного противостояния к феномену транснационального кино»¹.

Однако при существующей условной договоренности об использовании обозначенных терминов возникает масса споров о том, какое из определений по национальному признаку должно стоять на первом месте *немецкий* или *турецкий*: кинематограф немецко-турецкий или турецко-немецкий? До недавнего времени вариант написания «немецко-турецкий» кинематограф был более употребляемым, однако последнее время его вытесняет «турецко-немецкий», так как подчеркивает специфику явления². Сложности с формулировками сами по себе уже не случайны. Это указывает на неоднозначность отношения к появлению турецкого кино в немецкой культурной среде и, тем более, на рев-

¹ Burns R. Turkish-German Cinema: From Cultural Resistance to Transnational Cinema? // German cinema. Since unification. London, New York, 2006. P. 127–150.

² Berghahn D., Sternberg C. European Cinema in Motion: Migrant and Diasporic Film in Contemporary Europe. London, 2014.

ностное восприятие побед фильмов на международных фестивалях при турецком первенстве, что как бы принижает статус и роль в событии самой Германии¹.

КУЛЬТУРНЫЙ БУМЕРАНГ: ЕВРОПЕЙЦЫ О ТУРКАХ В КИНО

Процесс иммиграции не однолинейный, он затрагивает как самих переселенцев, так и граждан страны, в которую переезжают жить рабочие. При этом культурный дискомфорт испытывают обе стороны, так как первые попадают в совершенно новый для себя мир, а вторые не торопятся менять устоявшиеся обычаи и порядки, в которых они привыкли удобно существовать на протяжении десятилетий и глобальнее столетий.

Одной из запоминающихся попыток перенести на экраны судьбы иммигрантов европейскими режиссерами стал швейцарский фильм «Путешествие надежды» (1990) К. Коллера. Незамысловатая картина получила резонанс, так как в ней довольно правдиво показано стремление турецкой семьи незаконно эмигрировать в Швейцарию в поисках нового дома и счастья для себя и своих детей. По стандартной схеме – деревенские жители распродают свое имущество в Турции, чтобы на эти деньги переехать в Швейцарию, вот только там их никто не ждет. Фильм демонстрирует контраст между ожиданиями переселенцев и отношением граждан принимающей стороны к нелегальному, да и легальному, приезду «гастарбайтеров» с Запада и Востока в Европу. Подобные фильмы снимали и продолжают снимать и в Австрии, Германии, Италии, Франции, Скандинавии.

В Германии, помимо серьезных драм на тему иммиграции в 1990-е и, тем более, в 2000-е годы, на телевидении все чаще появляются комедийные ток-шоу. В таких передачах разыгрываются сценки для увеселения публики, основанные на высмеивании культурных стереотипов и знании, но неприятия чужих традиций или, наоборот, попадание в курьезные ситуации героев

¹ Формирование терминов, несмотря на споры между немецкими журналистами и учеными, по большей части вошли в научный обиход под влиянием французской (*Le Cinema du métissage*) и англоязычной критики. В данной статье используется вариант «немецко-турецкое» кино, который чаще встречается в немецкоязычной литературе.

скетчей по незнанию поведенческих кодов другого народа. Данное направление получило название *Culture-Clash-Komödie*¹. Ярким примером могут служить сценки, разыгрываемые дуэтом «Erkan und Stefan», созданным двумя немецкими комиками.

Одним из знаковых событий в немецко-турецких отношениях стало появление сериала «Турецкий для начинающих» (2006–2008). Без преувеличения можно сказать, что сериал оказался не только национальным хитом, но получил популярность и известность среди зрителей многих стран мира. Жизнь главной героини Лены переворачивается с ног на голову, потому что ее мать Дорис решила съехаться со своим возлюбленным Метином, полицейским турецкого происхождения. В результате под одной крышей оказываются совершенно разные люди: либерально настроенная Лена и ее младший брат Нильс, верующая мусульманка Ягмур и горячий мачо Чем – дети Дорис и Метина соответственно. Нетрудно догадаться, что между ними складываются непростые отношения, переходящие в словесные перепалки и вызывающие смех зрителей. Немецкой аудитории действительно есть от чего смеяться, в персонажах фильма они узнают себя, как и многие другие европейцы. Но даже если зритель живет в иной культурной среде и не испытывает в своей повседневной жизни давления со стороны многонационального общества, ему всегда придется по душе сериальная лирика «Турецкого для начинающих».

Появление «Турецкого для начинающих» симптоматично. Политические лозунги и воззвания к строительству мультикультурного, толерантного социума последние годы все меньше находят отклик у граждан государства. В сериале же предпринята попытка воспитать здоровый космополитизм и разрушить хотя бы некоторые мифы, сложившиеся в немецком обществе. Например, новая большая семья Лены переезжает в район Нойкёльн, который имеет дурную репутацию. Его улицы считаются грязными, а школы небезопасными. Однако дом Лены символизирует собой

¹ Здесь сложно не провести параллель с российским телевизионным проектом «Наша Russia». См.: Emeis K., Boog J. *Almanya oder Deutschland revisited: Der Culture Clash im deutsch-türkischen Kino – 50 Jahre später // 50 Jahre türkische Arbeitsmigration in Deutschland. Türkisch-deutsche Studien. Jahrbuch, 2011. S. 165–182.*

достаток представителя среднего класса, а школа не хуже других школ Германии.

Отзывы на сериал были разными и порой противоречивыми, но если суммировать мнения, то получится следующее: «с одной стороны, следя за историей семьи Дорис и Метина, зрители становятся космополитичнее, а это значительно лучше, чем просто воображать себе мультикультурную Германию. С другой стороны, кажется маловероятным, что любовь Лены и Чема найдет отклик у молодежи, на которую был ориентирован сериал. И дело не в том, что «Турецкий для начинающих» обнажает недостатки жизни иммигрантов и не в том, что фильм показывает социальную реальность, в которой сложно представить космополитизм [такого уровня], который будут одновременно разделять немка и иммигрант. Конечно, характеры могли бы быть менее стереотипными, а отношения между героями сериала более правдоподобными, но тогда Лена и Чем не оправдали бы ожиданий зрителей (если бы они оба были из рабочего класса или, наоборот, из хорошо образованной среды). Но главное фильм бы тогда не показал социальных и культурных тенденций современной Германии [а он это делает]»¹.

* * *

Кинематограф Германии сегодня распался на непосредственно немецкое и немецко-турецкое кино. Уже никто не пытается оспаривать факт существования влиятельного турецкого компонента в национальном кинематографе ФРГ, тем не менее немецко-турецкое кино по-прежнему выделяют и обособляют по этническому принципу. Вглядываясь в историю становления и развития немецко-турецкого кинематографа, исследуя его жанровую специфику и тематический рубрикатор, исследователем автоматически считывается цепочка взаимоотношений между коренным населением Германии и турецкими переселенцами, большинство из которых сегодня имеют немецкое гражданство. За колоритными аудиовизуальными образами немецко-турецких

¹ Peterson B. Turkish for Beginners: Teaching Cosmopolitanism to Germans // Turkish German Cinema in the New Millennium: Sites, Sounds, and Screens. New York, 2012. P. 96–108.

фильмов стоят серьезные этнические, конфессиональные и политические контексты. Вдумчивый разбор сюжетов кинокартин и их структурной оболочки способен помочь отметить особенности, оттенки и нюансы, диалога между этническими немцами и немцами турецкого происхождения, совместно проживающими на территории ФРГ, и отследить их в динамике и во времени.

Литература

Abel M. The minor Cinema of Tomas Arslan: A Prolegomenon // *Turkish German Cinema in the New Millennium: Sites, Sounds, and Screens*. New York, 2012. P. 44–58.

Berghahn D., Sternberg C. *European Cinema in Motion: Migrant and Diasporic Film in Contemporary Europe*. London, 2014.

Brockmann S. *A Critical History of German Film*. New York, 2010.

Burns R. *Turkish-German Cinema: From Cultural Resistance to Transnational Cinema?* // *German cinema. Since unification*. London, New York, 2006. P. 127–150.

Cox A.T. *Habitats of Meaning: Turkish-German Cinema and Generational Differences* // *Imaginarities Out of Place: Cinema, Transnationalism and Turkey*. Cambridge, 2013. P. 37–55.

Deutsche Türken – Türkische Deutsche? 50 Jahre Anwerbeabkommen zwischen der Türkei und Deutschland. URL: <http://www.bpb.de/presse/51083/50-jahre-anwerbeabkommen?p=0>. (дата обращения: 14.09.2015).

Dönmez-Colin G. *The Routledge Dictionary of Turkish Cinema*. New York, 2014.

Emeis K., Boog J. *Almanya oder Deutschland revisited: Der Culture Clash im deutsch-türkischen Kino – 50 Jahre später // 50 Jahre türkische Arbeitsmigration in Deutschland. Türkisch-deutsche Studien. Jahrbuch, 2011. S. 165–182.*

Kulaoglu T. Der neue „deutsche“ Film ist „türkisch“? Eine neue Generation bringt Leben in die Filmlandschaft // *Filmforum*. 1999 (16). S. 8–11.

Lang K. *Transkulturelle Räume bei Fatih Akin: Eine Betrachtung der Filme “Gegen die Wand” und “Auf der anderen Seite”*. Hamburg, 2015.

Löser C. *Berlin am Bosphorus. Spielarten und Hintergründe des deutsch-türkischen Kinos*. Film-Dienst. 2004. URL: [http://film-dienst.kim-info.de/artikel.php?nr=150793&dest=frei&pos=artikel_\(12.07.2015\)](http://film-dienst.kim-info.de/artikel.php?nr=150793&dest=frei&pos=artikel_(12.07.2015)).

Naficy H.A. *An Accented Cinema: Exilic and Diasporic Filmmaking*. Princeton, 2001.

Peterson B. *Turkish for Beginners: Teaching Cosmopolitanism to Germans* // *Turkish German Cinema in the New Millennium: Sites, Sounds, and Screens*. New York, 2012. P. 96–108.

Reza-Sadr H. *Iranian Cinema: a Political History*. London, New York, 2006.

Schäffler D. *Das Kino der doppelten Kulturen. Migration als filmisches Thema: Im deutsch-türkischen Film anhand ausgewählter Beispiele*. München, 2006.

Schäffer D. *Deutscher Film mit türkischer Seele. Entwicklungen und Tendenzen der deutsch-türkischen Filme von den 70er Jahren bis zur Gegenwart*. Saarbrücken, 2007.

СМИ КАК ФАКТОР МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА В ОБЩЕСТВЕ РИСКА И ПОДГОТОВКА ЖУРНАЛИСТСКИХ КАДРОВ

В современном трансформирующемся мире вопросы роли средств массовой информации в формировании толерантности общества и подготовки журналистов, участвующих в процессе межкультурной коммуникации, приобретают особую актуальность.

Как показывает практика новейшей истории, межэтническое согласие – не гранитный монумент, однажды раз и навсегда возведенный. Межэтническое согласие, межнациональные отношения – это очень сложная и деликатная сфера, ее скорее уместно сравнить с садом, требующим постоянного присмотра и заботы. Практическая работа в этом направлении должна строиться на основе хорошо выверенных знаний, использовании лучшего отечественного и зарубежного опыта.

В последнее время как в западноевропейских, так и российских исследованиях теоретические вопросы роли СМИ в межкультурной коммуникации рассматриваются достаточно полифонично.

Так академик В.А. Тишков¹ акцентирует внимание на этническом и религиозном многообразии как основе стабильности и развития современного многополярного мира. Историко-эволюционному подходу к толерантности посвящены исследования известного ученого А.Г. Асмолова², вопросы содержания и организации тренингов толерантности, межкультурной компетенции, психологии межэтнической напряженности освещаются в работах Г.В. Солдатовой³. Мы солидарны с выводом одного из авторов коллективной монографии по исследованию толерантности

¹ Тишков В.А. Этническое и религиозное многообразие – основа стабильности и развития российского общества. Статьи и интервью. М., 2008.

² Асмолов А.Г. Толерантность: различные парадигмы анализа // Толерантность в общественном сознании России. М., 1998.

³ Солдатова Г.У. Психодиагностика толерантности личности. М.: Смысл. 2007.

И.М. Дзялошинского о необходимости диалогического подхода СМИ в формировании толерантного сознания в обществе¹. Исследования доктора исторических наук, главного научного сотрудника Института этнологии и антропологии РАН В.К. Мальковой² посвящены, среди многих других проблем, и контент-анализу этнической тематики современных СМИ.

Сами журналисты-практики, освещающие вопросы межкультурного и межэтнического диалога, в частности председатель Гильдии межэтнической журналистики М. Лянге, все чаще говорят о необходимости усиления этнической компоненты в медиаобразовании, в университетских программах факультетов и кафедр, готовящих будущих журналистов.

Из зарубежных авторов, исследующих последствия глобализации и иммиграционной политики на процесс создания этнически и культурно разнообразных обществ, отметим исследование австралийских ученых К. Уайт (C.White), М. Джули (M. Julie), Питера Ньюкомб (P. Newcomber)³.

Интересны также работы норвежской исследовательницы Гюнн Бьернсен (Gunn Bjomsen)⁴, изучающей вопросы влияния многонациональности общества на работу журналистов, а также то, как сами журналисты понимают свою роль в многонациональном обществе.

Но, несмотря на интернационализацию научных парадигм в современных исследованиях, необходимо признать, что концепты «мультикультурное общество», «межкультурная коммуникация», «толерантность», дихотомия «СМИ и культура» вызывают сегодня всё больше вопросов и являются серьёзным поводом для размышлений о миссии и функциях прессы в современ-

¹ Дзялошинский И.М. Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками в обществе риска.

² Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002.

³ White C.D., Julie M., Newcomber P.A. The impact of media reliance on the role of perceived threat in predicting tolerance of Muslim cultural practice // Journal of Applied Social Psychology. 2012. 42. P. 3051–3082.

⁴ Bjornsen G. Investigators or integrators: broadcast journalists covering multicultural Norway. 2012.

ных условиях, о позиции средств массовой информации в сохранении самобытных культур и согласия в трансформирующихся обществах.

Межкультурная коммуникация – это общение между представителями разных культур, что предполагает как непосредственные контакты между людьми, так и опосредованные формы коммуникации (язык, речь, средства массовой информации, электронная коммуникация).

Мультикультурализм – политика, направленная на сохранение и развитие в отдельно взятой стране и мире в целом культурных различий. В современной Европе культурализм предполагает, прежде всего, включение в ее культурное поле элементов культур иммигрантов из стран третьего мира. По мнению ряда зарубежных и российских культурологов и социологов, к 2010–2011 гг. сама идея мультикультурализма, особенно в Европе, пришла к кризису.

Толерантность-терпимость. О толерантности сейчас спорят и пишут довольно много. В числе специальных работ можно выделить несколько публикаций известного философа В.А. Лекторского. Он формулирует четыре понимания толерантности. Первое: толерантность как безразличие. Второе: как невозможность взаимопонимания. Третье: толерантность как снисхождение к слабостям других. И наконец, четвертое понимание: толерантность как расширение собственного опыта и критический диалог¹. Последнее понимание представляется продуктивным для анализа заявленной проблемы.

Анализируя развитие межкультурной коммуникации в современном мире, мы констатируем тот факт, что этот процесс протекает в обществе риска, и сегодня перед экспертами, политиками, представителями СМИ стоит вопрос, как управлять этими рисками, как сохранить мир и согласие.

Одним из таких рисков является терроризм, зачастую связанный с религиозным фактором, который остается злободневной проблемой. Исследователи не раз отмечали, что линия раздела между народами происходит не столько по границам национальных территорий, сколько по линиям религиозного размежевания.

¹ Лекторский В.А. О толерантности // Философские науки. 1997. № 304. С. 15.

Религиозный фактор – не просто внешний идеологический пласт национальной культуры, он несет в себе мощную энергетику, способную или закреплять, или рассеивать те или иные конфликты. Последние события во Франции показывают, что религия находится в центре событий современного информационного общества. Так, проведенное вскоре после трагедии в газете Charli Hebdo (Шарли Эбдо) исследование ВЦИОМ показало, что большинство россиян осудило вооруженное нападение на редакцию газеты, однако 30% опрошенных заявили, что понимают причины поступка нападения на журналистов, считая, что они оскорбили религиозные чувства мусульман. Глава ВЦИОМ Валерий Федоров в интервью Русской службе Би-би-си подчеркнул, что «терроризм никакого оправдания не имеет, и россияне это знают прекрасно на собственном опыте. Между свободой слова без границ и устранением рисков терроризма россияне выбирают второе»¹.

Трагедия, произошедшая во французской газете Charli Hebdo, еще раз обратила внимание общества на проблемы свободы и ответственности СМИ, их роли в межкультурном диалоге. Очевидно, что создателям сайтов, информационных агентств, изданий, освещающих межэтническую тематику, необходимо помнить, что они несут ответственность за спокойствие в регионе.

Вместе с тем, изменения современного информационного пространства привели к тому, что «формы и процедуры саморегулирования СМИ стали слабее, что привело к снижению подотчетности онлайн-медиа»². И это обстоятельство создает также определенные риски для общества.

Мониторинг средств массовой информации, проводимый различными научными центрами, и в частности Институтом этнологии и антропологии РАН, продолжает фиксировать такие риски, как «язык вражды», тиражирование в СМИ низких стандартов культуры, нагнетание ксенофобии. Деструктивными аспектами информационной политики отдельных СМИ остаются вопросы этнического криминала, различные формы этнического экстремизма, мигрантофобия. Зарубежные исследования роли СМИ в

¹ 30% россиян не одобряют карикатуры // ВВС. <http://www.bbc.co.uk/Russian/Russia/2015/01>.

² МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М., 2013.

межкультурной коммуникации содержат выводы о том, что последовательное появление негативных статей в СМИ имеет накопительный эффект и может оказать влияние на оценки людей.

В эпоху глобализации вопросы взаимоотношений иммигрантских сообществ и принимающих их государств выдвигаются в число актуальных, и потому игнорировать мультикультурные процессы нельзя уже по объективным причинам. С такими же проблемами, как и во многих европейских странах, начинает сталкиваться и Россия, принимающая иммигрантов не только с территорий бывшего СССР, но из Китая, Вьетнама и др.

Вместе с тем, анализируя общие проблемы межкультурной коммуникации в современном многополярном мире, мы должны подчеркнуть и определенные различительные черты в западноевропейских странах и России. Для понимания сути этих различий важно осознание того факта, что в российском обществе основанием для межкультурного диалога является исторический опыт многонационального государства, в котором на протяжении всей его многовековой истории шли процессы взаимовлияния культур, диалог и межконфессиональное сотрудничество. Этот опыт и историческая память диктуют необходимость следования культурной традиции и формированию межкультурного диалога, сотрудничества народов разных национальностей уже и в современных условиях.

В принятом в конце 2012 года доктринальном документе – Указе Президента РФ «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года»¹ – определены приоритетные направления деятельности государственных органов власти, гражданских институтов, научного сообщества, средств массовой информации по обеспечению согласия в этноконфессиональной сфере.

В документе, в частности, подчеркивалось, что государственная национальная политика социально обусловлена и носит межотраслевой характер. Одна из задач Стратегии в сфере культуры

¹ Указ Президента Российской Федерации от 19.12.2012 №1666 «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года». <http://graph.document.kremlin.ru/page.aspx?1644521>.

и информации – сохранение самобытных культур, исторического наследия и традиций народов многонациональной России.

Кафедра журналистики Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского ведет постоянный мониторинг освещения межэтнической тематики в федеральных и региональных СМИ. Говоря о возросшем значении роли СМИ в межкультурной коммуникации в России, можно выделить следующие тенденции этого процесса:

- расширение и развитие в масс-медийном пространстве сегмента этнической журналистики; увеличение изданий, выходящих на национальных языках;
- заметное позиционирование в СМИ лидеров национально-культурных общественных объединений, руководителей традиционных религиозных организаций, выступающих в роли ньюсмейкеров и комментаторов событий общественной жизни;
- активизация общественного диалога по этнокультурным проблемам.

Вместе с тем, итоги мониторинга дают основание сформулировать некоторые выводы и предложения в адрес редакций:

- для развития диалоговой модели общения с читательской аудиторией необходимо иметь в печатных региональных национальных изданиях вкладку на русском языке как языке межнационального общения;
- региональные профессиональные издания, как правило, ориентированы только на своих реципиентов, а вопросы межкультурного диалога освещаются крайне редко;
- актуальной остается тема взвешенной сбалансированной позиции журналистов при освещении вопросов межнационального и межкультурного взаимодействия.

Вопросы подготовки и переподготовки кадров в сфере массовой коммуникации – это уже задача высшей школы.

Перед преподавателями кафедр журналистики российских университетов, готовящими кадры, стоит задача активного поиска собственной оригинальной концепции и адекватного реагирования на изменения, происходящие в этнокультурной сфере. Введение этнологического компонента в образовательную программу подготовки будущих специалистов в сфере массовой

коммуникации, уже несколько лет осуществляемой на кафедре журналистики Нижегородского государственного национального исследовательского университета им. Н.И. Лобачевского, базируется на максимальном учете следующих факторов:

- на модернизации процессов, происходящих в высшей школе в целом, и в частности, процесса, направленного на усиление компетентностного подхода к подготовке специалистов;

- на анализе тенденции развития современных этнополитических процессов в стране и мире;

- на кардинальных изменениях в практике постсоветской журналистики (в частности, активном развитии национальной прессы, конфессиональных изданий);

- на активизации деятельности («национального ренессанса») национально-культурных общественных объединений;

- на развитии диалоговой модели во взаимоотношениях НКО и органов власти и необходимостью подготовки журналистских кадров, умеющих профессионально вести такой диалог.

Концепция и программа обучения, направленная на подготовку будущего журналиста, строится в ННГУ им. Н.И. Лобачевского с учетом всех сфер его профессиональных компетенций, в том числе и с учетом требований знания современной этнополитической ситуации. Это позволяет сформулировать в обобщенном виде основные качества, знания и умения, которыми должен обладать журналист для работы в этнокультурной сфере. Это:

- умение профессионально анализировать современную этнополитическую ситуацию;

- владение глубокими знаниями в области гуманитарных и смежных с ними наук (филология, теория массовых коммуникаций, культурология, социология, политология, история);

- профессиональное ориентирование в вопросах функционирования современных национальных СМИ (в их типологии, тематике, видах и т.д.);

- иметь представления о структуре современных религиозных организаций, в первую очередь, о традиционных, связанных с национальной самоидентификацией различных народов;

- ориентироваться в структуре и основных направлениях деятельности национально-культурных общественных формирований.

Наши выпускники за время обучения в университете усваивают технологические приемы ведения диалога, переговоров, проведения мониторинга СМИ, приобретают практические навыки работы по подготовке и организации крупных этнокультурных проектов (Фестиваль национальных культур, Конгресс народов России, Дни толерантности).

Большое внимание уделяется целенаправленному развитию международного сотрудничества в сфере подготовки журналистов и специалистов по связям с общественностью. В рамках заключенного с норвежским университетом Волда соглашения в 2014, 2015 годах на базе ННГУ им. Н.И. Лобачевского прошли курсы для студентов 2 и 3 курсов, специализирующихся по кафедре журналистики, на тему «Становление журналистов в мультикультурном обществе».

Работа в совместном проекте была высоко оценена участниками с норвежской стороны. Так, после посещения в октябре 2014 года Нижнего Новгорода и знакомства с этнокультурной ситуацией в городе и регионе, общения с представителями религиозных организаций, национальных меньшинств будущие журналисты смогли сами убедиться в том, что здесь царят мир и согласие. В Поволжье выходит много изданий на национальных языках проживающих здесь народов и народностей, и СМИ, вне всякого сомнения, вносят свой позитивный вклад в установление взаимопонимания.

Безусловно, совместный опыт работы по подготовке специалистов в сфере межкультурной коммуникации является инновационным ресурсом в образовании и развитии международной академической и студенческой мобильности, в процессе подготовки журналистских кадров для освещения межэтнической тематики.

Литература

30% россиян не одобряют карикатуры. http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2015/01/150126/_charlie_hebdo_survey_russi

Vjornsen G. Investigators or integrators: broadcast journalists covering multicultural Norway. 2012.

White C.D., Julie M., Newcomber P.A. The impact of media reliance on the role of perceived threat in predicting tolerance of Muslim cultural practice, *Journal of Applied Social Psychology*. 2012. 42. P. 3051–3082.

Асмолов А.Г. Толерантность: различные парадигмы анализа // Толерантность в общественном сознании России. М., 1998.

Дзялошинский И.М. Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками в обществе риска. М.: Наука. 2011. С. 365–409.

Лекторский В.А. О толерантности. *Философские науки*. 1997. № 3–4. С. 15.

МакКуэйл Д. *Журналистика и общество*. М., 2013.

Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН. 2002.

Солдатова Г.В. Психодиагностика толерантности личности. М.: Смысл, 2007.

Тишков В.А. Этническое и религиозное многообразие – основа стабильности и развития российского общества. Статьи и интервью. М., 2008.

Указ Президента Российской Федерации от 19.12.2012 N 1666 «О стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2015 года». <http://graph.document.kremlin.ru/page.aspx?1644521>.

Елена Вартанова

**АНТРОПОЛОГИЯ МЕДИА:
ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ И ФИЛОСОФСКИЙ ПОВОРОТ К ЧЕЛОВЕКУ.
ИНТЕРЕС К ЧЕЛОВЕКУ КАК ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ НАУКИ**

Поворот к человеку как объекту и предмету научных – фундаментальных и прикладных исследований на рубеже XX–XXI веков стал очевиден во многих научных дисциплинах. Биология, медицина, химия, психология, гуманитарные дисциплины стали изучать человека в многообразии его проявлений – физических, биологических, социальных, индивидуально-психологических. Интерес ученых к человеку способствовал становлению новых междисциплинарных групп и проектов, таких как, например, виртуальный Институт человека в МГУ им. М.В. Ломоносова, созданный по инициативе и работающий под руководством академика РАН В.А. Садовниченко¹.

Неудивительно, что упомянутая тенденция стала очевидной и в такой быстро развивающейся области научных исследований, как медиаисследования. Теоретические подходы к СМИ в концептуальных рамках антропологии можно заметить существенно раньше, чем в 1990-х годы, когда ученые заговорили об антропологическом повороте в гуманитарных исследованиях. Следует признать, что человек и его существование в искусственной среде – общества, экономики и культуры – с ранних этапов становления исследований СМИ вызвали значительный интерес ученых, хотя сами они еще не осознавали своей связи с обширным академическим полем антропологии. Но именно аудитория, ее поведение, использование ею СМИ, приводящее к определенным медиаэффектам, планировавшимся и не планировавшимся журналистами и редакциями, традиционно были предметами научного анализа.

В последние десятилетия усиление академического интереса к человеку в медиаисследованиях стало очевидным. Многие ученые смещают фокус теоретического и эмпирического анализа с

¹ Институт человека в МГУ им. М.В. Ломоносова. <http://www.hri.msu.ru>.

изучения социальных систем и медиаинститутов на изучение поведения и медиапотребления массовой и фрагментирующейся аудитории, небольших аудиторных сообществ, отдельных людей, учитывая не только их демографические, но и языковые, этнические, религиозные, стилевые индивидуально-психологические характеристики¹.

Таблица 1*

Преподавание антропологии медиа в российских ВУЗах

Название дисциплины	ВУЗ
Антропология медиа	Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (электив в магистратуре), факультет коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ (магистратура), исторический факультет Томского государственного университета (магистратура)
Антропология медиа и техники	Программа «Политическая философия» в Московской Высшей школе социальных и экономических наук (магистратура)

* Составлено по открытым источникам

Показательно, что первоначальный интерес медиаисследователей, концептуальнодвигающихся в сторону антропологии медиа, вызывает ответную заинтересованность традиционных антропологов (философских, социально-культурных, визуальных), признающих растущее влияние средств массовой информации на бытование современного человека. Происходит это не только в зарубежной, но и в российской академической среде². Фактически уже приобрел академическую легитимность термин «визуальная антропология», обозначающий изучение человека

¹ Дунас Д.В. Антропологический поворот в зарубежных исследованиях СМИ: от концепций о человеке и культуре к новой дисциплине // Этнографическое обозрение. № 4. 2015.

² Феномен междисциплинарности в отечественной этнологии / под ред. Г.А. Комаровой. М.: ИЭА РАН, 2016.

и окружающую его среду через его медиатизированные репрезентации реальности (кинематограф, фотография, телевидение). В последние же годы приобретает особую актуальность теоретическое осмысление бытования человека в компьютерно-опосредованной реальности – виртуальной, с учетом ее возрастающего влияния на социальные практики и индивидуальный опыт людей¹.

Еще одна причина, по которой можно говорить о достаточно успешном становлении антропологии медиа, это очевидный интерес к ней со стороны образовательного сообщества. Даже простой интернет-мониторинг учебных программ факультетов журналистики, массовых коммуникаций, медиакоммуникаций в зарубежных и российских ВУЗах подтверждает, что появляются элективные и обязательные курсы для бакалавров и магистров. Можно найти, хотя всё еще и в небольшом количестве, монографии, учебные пособия и статьи, закрепляющие дисциплинарный статус антропологии медиа в зарубежной академической среде².

Хотя в конце XX века в российских исследованиях антропология медиа была еще достаточно экзотической областью, после 2000-х интерес к дисциплине, ее понятийно-концептуальному аппарату и эмпирическим подходам резко вырос, что вызвало к

¹ См., например: Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория (при участии издательства Гуманитарного университета), 2004; Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования М.: Книжный дом «Либроком», 2014; Boellstorff T. Coming of age in second life: an anthropologist explores the virtually human. Princeton: Princeton University Press, 2008; Berry C., Kim S., Spiegel L. (eds.) Electronic Elsewheres. Media, Technology and the Experience of Social Space. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010; Dicks B., Mason B., Coffey A., Atkinson P. Qualitative Research and Hypermedia Ethnography for the Digital Age. London: Sage, 2005.

² Abu-Lughod L., Larkin B., Ginsburg F. D. (eds.) Media Worlds: Anthropology on New Terrain. Richmond: University of California Press, 2002; Askew K. & Wilk R. R. (eds.) The Anthropology of Media: A Reader. Oxford: Blackwell, 2002; Bird S.E. The Anthropology of News and Journalism. Global Perspectives. Indiana University Press, 2009; Peterson M.A. Anthropology and Mass Communication. Media and Myth in the New Millenium. N.Y., Oxford: Berghahn Books, 2003; Rothenbuhler E. W. & Coman M. (eds.) Media Anthropology. London: Sage, 2005.

публикации много интересных работ, описывающих исследовательское поле¹. Развитие исследовательского интереса вызвало и аналогичное появление дисциплины в образовательных программах, хотя число ВУЗов, где ее можно найти, все еще мало (см. табл. 1).

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ГЕНЕЗИС АНТРОПОЛОГИИ МЕДИА

Очевидно, что в исследованиях СМИ путь к антропологии медиа начался, когда стали формироваться подходы к изучению аудитории и начали учитываться особенности индивидов при восприятии и интерпретации текстов СМИ². В рамках медиаисследований уже с середины 1950-х гг. начинают применяться этнографические методы, которые помогли понять, как медиа входят в повседневность людей. Под влиянием работы К. Леви-Стросса «Структурная антропология»³ формируются подходы Анненбергской школы и проект «Культурных индикаторов» Д. Гербнера⁴. Работы британских исследователей, представлявших Бирмингемскую школу, обратили внимание на этнографию медиааудитории. Модель «кодирования – декодирования» сумела

¹ Дунас Д.В. К антропологической теории рассмотрения медиакommunikации // Медиаскоп (электронный журнал). № 4. 2009; Дунас Д.В. От социально-политических к медиаантропологическим исследованиям СМИ // Медиа альманах. № 6. 2009; Дунас Д.В. Влияние антропологического фактора на теорию массовой коммуникации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 1. 2009; Новикова А.А. Методы культурологических исследований в журналистике (на примере анализа современных телевизионных программ) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 4. 2011; Новикова А.А. Антропология медиа в России: истоки и перспективы// Этнографическое обозрение. № 4. 2015.

² Hovland C.I., Lumsdaine A.A., Sheffield F.D. Experiments in Mass Communication. Princeton; N. Y: Princeton University Press, 1949; Klapper J. T. The Effects of Mass Communications. N. Y: Free Press, 1960; Lazarsfeld P., Merton R. Mass communication, popular taste and organized social action, in Bryson, L. (ed.) The Communication of Ideas. New York: Harper, 1948; Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. N. Y.: Duell, Sloan and Pearce, 1944.

³ Леви-Строс К. Структурная антропология. М: Эксмо-Пресс, 2001.

⁴ Gerbner G., Gross L. & Signorielli N. Cultural indicators. A research project on trends in television content and viewer conceptions of social reality. Philadelphia: The Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania, 1978.

показать, что аудитория не является пассивной в процессе понимания текстов¹.

Изучение российских СМИ в последние десятилетия концентрировалось вокруг нескольких основных подходов, которые в целом совпадают с основными векторами изучения медиа за рубежом. Связано это с тем, что в академической традиции СМИ традиционно рассматривались как социальный институт, оказывающий значительное влияние на формирование общественного мнения, политические процессы, функционирование национального государства, создание и развитие коллективной идентичности наций². СМИ изучались и как своеобразная сфера социума – общественная или публичная сфера (от англ. Public, от нем. *Öffentlichkeit*)³, и как неотъемлемая часть социальной структуры, повторяющая ее философию⁴, и как институт демократии⁵, и как самостоятельная система в комплексе других общественных систем⁶.

Наиболее концентрированный взгляд на масс-медиа как на важную для современного социума общественную структуру

¹ Hall S. Encoding and decoding in the television discourse. University of Birmingham, Center for Contemporary Culture Studies. Stencilled Occ. Pap., No. 7. MediaSer, 1973.

² Lasswell H. The structure and function of communication in society, in Schramm W. and Roberts D. (eds.) The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press, 1948; Lazarsfeld P., Merton R. Mass communication, popular taste and organized social action, in Bryson, L. (ed.) The Communication of Ideas. New York: Harper, 1948; Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. N. Y.: Duell, Sloan and Pearce, 1944.

³ Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge: Polity, 1989.

⁴ Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Национальный институт прессы, ВАГРИУС, 1998.

⁵ Keane J. The Media and Democracy. Cambridge: Polity, 1991; Nordstrem K. Media and Democracy: What is Really Required? In J. van Cuilenburg & R. van der Wurff (eds.) Media & Open Societies: Cultural, Economic and Policy Foundations for Media Openness and Diversity in East and West. Amsterdam: Het Spinhuis, 2000; Nordenstrem K. Media and Democracy: Do We Know What to Do? // Television & New Media. № 1. 2001.

⁶ Hallin D. & Mancini P. Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2004.

формулирует один из выдающихся теоретиков главной парадигмы в изучении медиа – эмпирико-функционализма – Д. МакКуйэл¹, предлагающий для анализа этой системы формулу SCP (англ. structure, conduct, performance – структура, функционирование, результативность). Кстати, в России похожего подхода придерживался Е.П. Прохоров, считавший, что СМИ и журналистика являются не только сферами профессиональной деятельности, но и своеобразным институтом общества².

Такой взгляд на СМИ отличается значительной нормативностью, желанием исследователей «предписать» СМИ как социальному институту определенные нормы, обязательные к исполнению. Таким образом, в рамках этой парадигмы основной движущей силой развития оставался интерес к обществу, прежде всего массовому, и его ключевым институтам, среди которых СМИ рассматривались как один из весьма влиятельных.

В 1960-е гг. исследователи обратили внимание на возросшее экономическое значение массмедиа, превращавшихся в результате объединения с рекламным рынком и телекоммуникационным сектором в довольно преуспевающую отрасль экономики, во всяком случае в экономически развитых странах. В результате в фокус исследований попали не только место СМИ в политических процессах и их влияние на последние, но и индустриальная природа массмедиа и их экономическое измерение³. В центр внимания попали процессы коммерциализации медиа⁴, способы организации производства СМИ, управления медиакомпаниями⁵,

¹ McQuail D. *McQuail's Mass Communication Theory*. 5th Edition. London, Sage, 2005.

² Прохоров Е.П. *Введение в теорию журналистики*. М.: Аспект Пресс, 2011.

³ Albarran A., Chan-Olmsted S., Wirth M. (eds) *Handbook of Media Management and Economics*, London, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates; Doyle G. 2013. *Understanding Media Economics*. 2d edition. London: Sage, 2013; Picard R. *Media economics*. London: Sage, 1989.

⁴ Mosco V. *The Political Economy of Communication*. London: Sage, 1996.

⁵ Picard R. *Media economics*. London: Sage, 1989. Aris A. & Bughin J. *Managing Media Companies: Harnessing Creative Value*. 2-nd ed. London: Wiley, 2012; Albarran A.B. (eds). *Handbook of Media Management and Economics*. London: Taylor & Francis, 2008; Noam E. (ed.) *Who Owns the World's Media? Media Concentration and Ownership around the World*. Oxford: Oxford University Press, 2015.

даже процессы коммодификации и монетизации аудитории¹. Однако даже при возникновении интереса к аудитории – то есть к людям, которые читают газеты и смотрят телевизор, основной фокус этого направления исследований сохранялся на рыночной динамике спроса и предложения, на принципах измерения поведения массовой аудитории, не учитывавших индивидуальные интересы и запросы конкретных людей.

В 1970-1980-е гг. медиасреда начала испытывать возрастающее влияние многих масштабных общественных процессов, таких как глобализация, миграция, размывание социальных структур, формирование сообществ не только на основе экономических и социо-демографических индикаторов, но и на основе религиозной, этнической, лингвистической идентичности людей, диверсификации стиля жизни².

С другой стороны, массмедиа оказались под значительным воздействием стремительного прогресса и массовизации информационно-коммуникационных технологий, которые в сфере СМИ привело к настоящей цифровой революции. Ее основным процессом зарубежные исследователи считают изменения в следующих областях:

- в расширении технологического доступа к медиaprостранству, повлекшему изменения социальных и индивидуальных практик людей³;
- в размере и структуре глобальной медиаиндустрии, а также национальных медиасистем⁴;
- в способах производства и распространения медиаконтента⁵;

¹ Napoli P. Audience Economics: Media Institutions and the Audience Marketplace. New York: Columbia University Press, 2003.

² Гидденс Э. Социология. М.: Едиториал УРСС, 2005; Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М.: Знание, 1979; Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналист и его работа: методологические основы и результаты конкретно-социологического исследования. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979; Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации. Л.: Наука, 1977.

³ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

⁴ De Prato G., Sanz E., Simon J.P. (eds) Digital Media Worlds: The New Economy of Media. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

⁵ Доктор К. Ньюсономика. Двенадцать трендов, которые изменят новости.

– в формах медиапотребления больших аудиторий и отдельных людей¹.

Таким образом, технологические изменения, порождающие экономические, организационные, профессиональные, культурные изменения в медиасреде, переносят фокус академических исследований на людей – и как аудиторию СМИ, и как отдельных потребителей, и как создателей и производителей медиасодержания. Антропология медиа как междисциплинарное направление изучения человека – и в его поведении, и в его репрезентациях, и в его отношениях к все более медиатизирующемуся миру – становится чрезвычайно актуальным.

РОССИЙСКАЯ ТРАДИЦИЯ

Постоянный процесс изменений, происходящих в медиасистемах и на международном уровне, и на уровне отдельных государств, заставляет и российских исследователей обращать все большее внимание на аудиторию СМИ, на медиапотребителей как на важную движущую силу развития медиа и как общественного института, и как индустрии.

Оценивая доминирующие подходы к СМИ в России, следует отметить, что основной школой российских академических исследований, как и за рубежом, следует признать социоцентричную, которая интегрирует политологический, медиаэкономический (вырастающий из политэкономического) и технократический подходы². К лидерам этой школы, несомненно, можно отнести и поколение социологов-основоположников, изучавших

М.: Время, 2013; Doyle G. 2013. *Understanding Media Economics*. 2d edition. London: Sage, 2013.

¹ Gunter B. *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impact*. London: Sage, 2000; Mytton G., Diem P., van Dam P.H. *Media Audience Research: A Guide for Professionals 3rd Edition*. London: Sage, 2016; Nightingale V. (ed) *The Handbook of Media Audiences*. London: Wiley-Blackwell, 2013.

² Варганова Е.Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. № 6. 2015; Варганова Е.Л. Российские исследования СМИ: интернационализация

СМИ в СССР и России¹, и тех исследователей, которые, опираясь на их традиции, работают в рамках медиасоциологии².

Конечно, из социоцентричной школы нельзя исключать и культурологический подход, который, исходя из особенностей национальной культуры, в разных странах привел к появлению разных течений. Так, например, в Великобритании это Бирмингемская школа *cultural studies*, интегрирующая политэкономия и культурологию, во Франции – направление, уходящее корнями в семиотику и лингвопсихоанализ³. В России культурологический подход к изучению СМИ также был традиционно влиятелен, хотя его корни уходят в филологию, изучения языка и текста⁴.

Рассматривая не только блок постсоветских исследований, но основные направления изучения СМИП в СССР, в данном контексте можно выделить несколько основных течений:

– история журналистики и ее высшего творческого проявления – публицистики – в контексте культурного и литературного процессов⁵;

– телевидение как (новое) визуальное искусство⁶;

научных парадигм. Доклад на Первой Всероссийской конференции Национальной ассоциации исследователей массмедиа (НАММИ) «Векторы развития медиаисследований в России». 8 июня 2012 г.

¹ Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М.: Знание, 1979; Вильчек В.М. Под знаком ТВ. М.: Искусство, 1987.

² Коломиец В.П. *Медиасоциология: теория и практика*. М.: Аналитический центр Vi. ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014; Телевидение глазами телезрителей / под ред. И.А. Полуэхтовой. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2012. Фомичева И.Д. *Социология СМИ*. М.: Аспект Пресс, 2007;

³ Кристева Ю. *Семиотика. Исследование по семианализу*. М.: Академический Проект. 2013.

⁴ Муратов С.А. *ТВ – эволюция нетерпимости: История и конфликты этических представлений*. М.: Логос, 2000.

⁵ Бочаров А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 11. Журналистика*. №3. 1973; Есин Б.И. Путешествие в прошлое: Газетный мир XIX в. М.: Изд-во МГУ, 1983; Есин Б.И. *История русской журналистики (1703–1917)*. Учебно-методический комплект. М.: Флинта: Наука, 2000.

⁶ Багиров Э.Г. *Очерки теории телевидения*. М.: Искусство, 1978; Борецкий Р.А. *Осторожно, телевидение: Научно-публицистические заметки*. М.: Икар, 2002; Муратов С.А., Нечай О.Ф. *Ракурсы: О телевизионной коммуникации*

– журналистский и публицистический тексты как творчество¹.

К тому же среди основных исследовательских методик, использовавшихся в СССР для изучения СМИП, истории и практики российской и зарубежной журналистики, центральной было не столько количественное, сколько качественное изучение тематики, проблематики и языковых приемов создания журналистских и публицистических текстов². Возможно предположить, что, в отличие от зарубежных, российские медиаисследования опираются на значительную текстоцентричную школу исследований со значительным вниманием к лингвистическому курсу³.

В отдельную группу сегодня можно отнести и исследования журналистов в контексте национальных журналистских культур, выявляющих этос журналистского сообщества. Широко в последнее время используются этнографические методы и исследовательские подходы социально-культурной антропологии при изучении журналистских представлений, ценностей, саморефлексии⁴. Это позволяет предположить, что в медиаисследованиях происходит активный процесс формирования нового направления – антропологии журналистики.

и эстетике. М.: Искусство, 1990; Саппак В.С. Телевидение и мы. Четыре беседы. М.: Искусство, 1963; Юровский А.Я., Борецкий Р.А. Основы телевизионной журналистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1966.

¹ Горохов В.М. Закономерности публицистического творчества. М.: Мысль, 1975; Ученова В.В. Три грани теории журналистики: Гносеологические проблемы публицистики. М.: Аспект Пресс, 2009.

² Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М.: МедиаМир, 2014; Дунас Д. В. Национальное своеобразие российской школы исследований СМИ: теоретическая направленность диссертаций в период 1991–2010 гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. № 1. 2016.

³ Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: риторическая модель // Меди@льманах. № 1. 2012; Солганик Г.Я. Существуют ли художественно-публицистические жанры? // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. № 1. 2016.

⁴ Аникина М. Е. Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 4. 2012; Вырковский А. В. Анализ процессов в работе новостного журналиста: количественный подход // Медиаскоп (электронный журнал). № 2. 2014; Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Выпускники факультета журналистики о

Конечно, наряду с социоцентричной и текстоцентричной школами, нельзя не упомянуть и становление школы корпоративно-коммуникативных медиаисследований, которые начали активно развиваться после 1991 года в ответ на запрос изучения новых явлений медиадействительности – рекламы, связей с общественностью, стратегических (интегрированных) коммуникаций¹. Некоторые исследователи видят теоретические корни этой школы в конвергентном исследовательском поле маркетинговых теорий и концепции пропаганды, которая присутствовала в советских подходах к СМИП². Но эта школа пока еще не может рассматриваться в контексте антропологического поворота российских медиаисследований, хотя, возможно, становление активных аудиторий и потребует этого.

Продуктивный и актуальный вектор развития антропологии медиа наметили для медиаисследователей коллеги из новых для них областей гуманитарного знания – антропологии, этнологии³. Изучая медиарепрезентации этносов и национальных культур, роль СМИ в создании климата толерантности и межэтнической терпимости, авторы дали новый импульс развитию антропологии медиа. Вместе с развитием межэтнической тематики в современ-

своей карьере и образовании // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 6. 2003.

- ¹ Евстафьев В.А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия: опыт теоретического исследования. М.: ИМА-пресс, 2001; Чумиков А.Н. Медиарелейшнз. М.: Аспект Пресс, 2014.
- ² Дзялошинский И.М. Медиaprостранство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013.
- ³ Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство: Образы российских республик в Интернете. М.: ИЭА РАН. 2009; Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002; Культура и пространство. Историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест / под ред. В.К. Мальковой и В.А. Тишкова. Ростов н / Д: ИАЭ РАН – ЮНЦ РАН, 2012; Малькова В.К. Этнические аспекты журналистики: из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА РАН – ЕС, 2004; Tishkov V. Conflicts Start with Words: Fighting Categories in the Chechen Conflict / Facing Ethnic Conflict: Toward a New Realism. Ed. by Andreas Wimmer et al. Bowman & Littlefield Publishers. 2004. P. 78-95.

ной журналистике такую интеграцию можно считать началом нового этапа в становлении этой области. Перечень исследований хотя и не слишком значителен, но все же внушает оптимизм¹.

Трансформации российских исследований СМИ в последние два десятилетия сформировали ту теоретическую основу, на базе которой в последние годы совершается «антропологический поворот» в медиатеории. Можно согласиться с А. Новиковой, которая отмечает: «Очевидно, что антропологические подходы в их многообразии стали модными в современных российских исследованиях культуры и медиа ... Нам представляется, что именно антропология позволит по-новому взглянуть на место и роль медиа в современном российском обществе, в культуре повседневности, взглянуть на зрителей не как на безликую аудиторию, а как на людей, использующих медиа в многообразных целях»².

АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ: ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ПОВОРОТ

Аудитория всегда представляла значительный интерес для исследователей СМИ. Причина этого в том, что в странах с рыночной экономикой между аудиторией и потребителями исследователи ставили знак равенства, поскольку рекламная бизнес-модель медиаиндустрии предполагала значительное внимание рекламодателей к поведению потенциальных покупателей³. И в социалистических странах аудитория как объект изучения вызывала немалый интерес. В условиях идеологически детерминированных социальных систем политическая элита представляла своего рода «рекламодателей идеологии», и потому финансирование СМИ в условиях плановой экономики было привязано к ожидаемым медиаэффектам.

¹ Gladkova A. Cultural Pluralism in Russian Press: Challenges and Prospects of Development // *World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies*. 2013; Gladkova A. The role of television in cultivating the values of pluralism and cultural diversity in children // *Psychology in Russia: State of the Art*. № 6. 2013.

² Новикова А.А. Антропология медиа в России: истоки и перспективы // *Этнографическое обозрение*. № 4. 2015. С. 8.

³ Picard R. *Media economics*. London: Sage, 1989.

Именно поэтому в XX веке проводилось большое число как масштабных, так и локальных исследований воздействия, которые СМИ оказывают на аудиторию. От теорий «магической пули» и «подкожной иглы», к теории ограниченных эффектов и снова - к теориям масштабных воздействий, планируемых и непланируемых эффектов. Таким непростым путем шло развитие теоретических концепций медиаэффектов с начала 1920 гг., когда Г. Ласуэлл и У. Липманн заложили основы изучения этих эффектов.

Однако в целом, несмотря на многочисленные попытки изучить возможности воздействия СМИ на поведение, идентичности, ценности аудитории, исследователи СМИ относились к ней самой достаточно прямолинейно. Главным концептом оставалась «массовая аудитория», которая не воспринималась ни как активное сообщество, ни как сложносоставная общность, ни как среда, в которой действуют СМИ. Лишь в конце XX в., с формированием экономики, ориентированной на конкретного потребителя, усложнением структуры общества под воздействием демографических, геополитических, миграционных процессов, ускорением прогресса информационно-коммуникационных технологий, вызвавшим реструктуризацию СМИ, стала очевидной необходимость более точного понимания аудитории в условиях виртуализации и медиатизации реальности¹.

Цифровая революция, вызванная бурным развитием ИКТ, коснулась множества сфер: экономики, социальной структуры, образования, стиля жизни. Для СМИ последствия оказались более чем ощутимыми. Наиболее очевидна динамика массовой аудитории: активно пошли процессы ее сегментации по новым основаниям. Аудитория, представлявшаяся журналистам и редакциям пассивной гомогенной массой, с одной стороны, начала разделяться на четкие сообщества, с другой – стала нестабильной и проактивной².

¹ Robins K. & Webster F. *Times of the Technoculture: From the Information Society to the Virtual Life*. London: Routledge, 1999.

² Gillmor D. *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. London: O'Reilly, 2004.

Цифровые СМИ переживают сейчас период бурного роста нового сегмента в медиапространстве. Речь идет о пользовательском контенте, который является свидетельством размывания пассивной массовой аудитории и создания новых активных аудиторий. Они принимают на себя часть творческих функций журналистов по созданию информации, особенно в социальных сетях *YouTube, Facebook, Instagram*. **Активные аудитории** – пользователи, владеющие простейшими навыками создания контента, оказывают непосредственное влияние на депрофессионализацию если не всей журналистики, то, во всяком случае, довольно заметного ее сегмента – новых медиа. Растущая вовлеченность аудитории в процесс производства и медиации контента придает ей новые качества, которые позволяют называть современных пользователей просьюмерами (от англ. *producer* – производитель и *consumer* – потребитель), то есть «произвопотребителями». В результате заметно меняется процесс взаимодействия между журналистами и аудиторией с усилением влияния последней на процесс производства СМИ, что позволяет исследователям говорить о «цифровом перераспределении власти» в СМИ¹. Аудитория становится «активной» – и в выборе текстов, и в их распространении, и даже в их производстве.

Анализ аудитории сегодня становится для медиа- и рекламной индустрии важнейшим научно-практическим исследовательским направлением. Рекламодатели, естественно, заинтересованы в более точных знаниях о предпочитаемых каналах и типах содержания, времени их потребления, объеме внимания. Сегодня в России становятся все более востребованными социологические и медиаметрические исследования, анализирующие интересы, запросы и форматы медиапотребления россиян. Именно такие исследования подтверждают: структура и объем медиапотребления россиян демонстрируют, что традиционные СМИ по-прежнему занимают лидирующие позиции в их медиаменю.

¹ МакКин М. Цифровое перераспределение власти: как технологии изменяют журналистику и журналистское образование // Журналистика на перепутье. Опыт России и США / под ред. Е. Л. Варгановой. М.: МедиаМир, 2006. С. 125–133.

Таблица 2*

Среднесуточные объемы использования медиа и потребления медиаконтента в России (в мин.)

Возрастная группа	Телевидение	Радио	Газеты	Журналы	Интернет	Всего
18–24	118	162	2,9	3,6	118	404,5
25–44	209	182	3,9	3,8	100	498,7
45–64	323	154	9,8	6,6	68	561,4

* *Источник:* Navas Media, 2015

Интернет, встраиваясь в ежедневную рутину медиапотребления россиян, все активнее на него влияет и его трансформирует. Важными характеристиками цифровой среды, с точки зрения потребителя, являются:

- 1) существование контента в цифровой форме, что объединяет все новые медиа (компакт-диски, цифровое видео, веб-публикации);
- 2) необычайная емкость содержания и его мультимедийность;
- 3) интерактивность и двусторонность коммуникации в Интернете, что ведет к исчезновению централизации источников и к большей свободе потребителя информации выбирать и изменять цифровой контент.

В последние годы становятся более заметными и новые векторы изменений в российской аудитории СМИ. Уже с 2007 г. начало сокращаться число россиян, контактирующих только с аудиовизуальными массмедиа – ТВ и радио: в целом оно слегка превышало половину населения (55%). Снижалось также число россиян, контактирующих с традиционными СМИ – ТВ, радио и прессой. И с этого же момента начал отмечаться рост аудитории, использовавшей в своем ежедневном информационном «рационе» прессу, ТВ, радио и Интернет: она достигала 35%¹.

Спустя всего лишь пять лет Интернет «обогнал» федеральное телевидение. В 2012 г. впервые численность аудитории интернет-

¹ Российский рынок периодической печати. 2007 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. URL: <http://www.fapmc.ru/Reports/item71.html>.

портала «Яндекс» превысила число зрителей «Первого канала», причем эта тенденция проявилась на фоне потери в 2011 г. ведущими телеканалами – «Первым», «Россией 1» и НТВ – 6% своей ежегодной аудитории. Заметное падение случилось и у известных телеканалов – СТС (10%) и MTV (22%)¹.

Становление новой – цифровой – медиареальности в российской медиасистеме указывает на активизацию нового «центра влияния», новой активной движущей силы – аудитории, деятельность которой меняет медиасреду. В числе изменений:

- развитие сетевых и взаимосвязанных медиа, понимаемых в целостности каналов и содержания, однако привязанных к разнообразным и многочисленным платформам репрезентации цифрового текста;

- совместное создание, пользование и коллективное распространение контента, растущее *со-участие* пользователей, ведущее к появлению новых способов производства, форматов и поведенческих моделей аудитории;

- одномоментная массовость сверх-фрагментированной аудитории: люди всё больше включены в медиа, но аудитория всё более дробна, разобщена, атомизирована;

- новые особенности в передаче информации: потребление контента, в том числе журналистского и профессионально медийного, происходит в процессе коммуникации с непрофессионалами².

Таким образом, сегодня российская медиаиндустрия, переживающая структурные и экономические трансформации, актуализирует понимание аудитории и ее будущих практик. Рекламная бизнес-модель, основанная на «продажах» пассивной массовой аудитории, теряет значение, и потому сама медиаиндустрия испытывает острую потребность в новом теоретическом знании аудитории. Индустриальный поворот к антропологии медиа в новых условиях очевиден.

¹ Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. М.: ФАПМК, 2012. С. 59.

² Варганова Е.Л. Будущее российских медиа: о необходимости прогнозирования // Век информации. № 2. 2016.

ЧЕЛОВЕК МЕДИЙНЫЙ: ФИЛОСОФСКИЙ ПОВОРОТ

Сегодня все чаще кажется, что разнообразные социальные опыты индивидуумов становятся факторами общественной жизни только благодаря медиа. Зависимость людей от медиасреды усилилась, что заставляет многих исследователей говорить о процессе медиатизации применительно не только к политике, экономике, культуре¹, но и к индивидуальным опытам, деловым и человеческим репутациям людей. Включенность человека в современную медиасреду – и в связи с увеличением времени медиапотребления, и в связи с растущим влиянием медиаконтента на формирование коллективных и индивидуальных идентичностей и ценностей – заставляет предположить: мы являемся свидетелями становления новой социокультурной среды, в которой медиа превращаются в одну из основополагающих детерминант.

Именно поэтому представляется актуальным, хотя, возможно, и немного преувеличенным, говорить сегодня о появлении «человека медийного». Этим пока еще не строго научным, своего рода метафорическим определением развивается важная мысль гуманитарных исследований человека, которая обращает внимание на тесную связь его основных характеристик с окружающей его природной и социокультурной средой. Начало такой традиции было положено Д. Локком и Ж.-Ж. Руссо уже в XVIII веке, когда активно развивались представления о человеке в окружающей его среде. Уже тогда стало понятно, что человек не просто биологический вид, но и общественное существо. Джон Локк ввел понятие «человека естественного», основанное на признании значения практического опыта в формировании человека. Ж.-Ж. Руссо, выдвигая концепцию «человека общественного», подчеркивал, что человек не может формироваться лишь в условиях природы и личного опыта, поскольку он получает опыт в процессе взаимоотношений с социумом.

В XIX в. политэкономы ввели понятие «человека экономического», которое предполагало, что люди в значительной степени

¹ Медиакратия: современные теории и практики / под ред. А.С. Пую и С.С. Бодруновой. СПб: Изд-во СПбГУ, 2013.

рационально формируют свои потребности, исходя из материальных условий и условий потребления. В XX веке во французской социологии и у А. Моля появилось понятие «человека социального»¹. Согласно его подходу, невозможно полностью определять современного человека только через мир вещей, который необходим «человеку экономическому», а нужно учитывать его культурные и духовные запросы, связанные с тем обществом, в котором он живет. И уже в последние годы ученые все чаще начали фиксировать возрастающую зависимость мира идей, который обозначил Моль, от процессов развития информационно-коммуникационных технологий, цифровизации, медиатизации.

Говоря о «человеке медийном», мы подразумеваем связь человека со всем медиапространством, включающем как традиционные формы СМИ в виде газет, журналов и телевидения, так и новые платформы доступа к новым цифровым медиасредам. Мир медиа, особенно в его цифровом измерении, становится подлинно всеобъемлющим. Концепция «человека медийного» предполагает собой такого человека, существование которого напрямую формируется процессом получения, потребления и осмысления медиатизированной информации, участием его в медиасреде. В результате, его социальное и индивидуальное бытование фактически реализуется в информационных и коммуникационных процессах, процессах получения, потребления и распространения медиаконтента, определяющих последующие стратегии поведения и ценностные установки людей.

Конечно, как отмечалось выше, общество сегодня теряет свой массовый характер, аудитория СМИ фрагментируется, причем в немалой степени и на основании учета индивидуальных особенностей медиапотребителей. Поэтому в каждом конкретном индивидууме идея «человека медийного» реализуется разным образом. Но все же для многих процесс медиатизации, который основан на возрастании роли производства, переработки и потребления (цифровых) медиа, становится одним из ключевых в формировании личного и социального опыта.

Особенно актуальными эти предположения становятся при учете «поколенческого сдвига» и тех процессов, которые связаны

¹ Моль А. Социодинамика культуры. М.: ЛКИ, 2008.

с «цифровым неравенством»¹. Детей, рожденных в цифровую эпоху и приобретших технологические навыки уже «в колыбели», несмотря на отсутствие у них понимания природы коммуникационных процессов и умения оценить качество информации, часто называют «цифровыми аборигенами» (digital natives)². Это поколение сегодня иным образом, чем их родители, воспринимает медиасреду и очень быстро усваивает технологические навыки, необходимые для поведения в ней, хотя зачастую не отличается критическим подходом к медиасодержанию.

Напротив, «аналоговое поколение», люди более зрелого возраста, привыкли к тому, что медиаинформацию нужно анализировать, нужно искать в ней правду, даже читать между строк, фактически занимаясь деконструкцией журналистского текста для того, чтобы выявить в нем скрытые смыслы. Это, конечно, помогает критическому восприятию информации, но, с другой стороны, следует признать: «аналоговое поколение» не столь свободно ориентируется в технологиях и техниках поиска и производства цифрового содержания.

Очевидно, что сегодня «человек медийный» в своей повседневной практике сталкивается с огромными объемами цифровой информации, и, возможно, не только его грамотность, но и способы познания мира меняются. От традиционной линейной грамотности мы уже сегодня движемся в сторону медиаграмотности, предполагающей иное, чем прежде, сочетание имеющихся и новых знаний, навыков и умений, иные – визуально детерминированные – способы познания мира. Медиаграмотность и формирующая ее система медиаобразования, несомненно, должны помочь «человеку медийному» и цифровому обществу встроиться в новую экосреду и стать в нем активным гражданином и личностью.

Признавая возможную модель формирования «человека медийного», мы видим новые перспективы антропологии медиа, которая позволит анализировать, как постоянная коммуникация с

¹ Vartanova E. Digital Divide and the Changing Political / Media Environment of Post-Socialist Europe // Gazette. № 64. 2002.

² Prensky M. Digital natives, digital immigrants // On the Horizon. № 9 (5). 2001; Prensky M. Digital natives, digital immigrants, part 2: Do they really think differently? // On the Horizon. № 9 (6). 2001.

медиа и с онлайн-средой, сама жизнь в виртуальной медиасреде будет менять физиологические, когнитивные способности и социальные характеристики человека.

Литература

Аникина М. Е. Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 4. 2012.

Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: риторическая модель // Медиа альманах. № 1. 2012; Солганик Г.Я. Существуют ли художественно-публицистические жанры? // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. № 1. 2016.

Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М.: Искусство, 1978.

Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение: Научно-публицистические заметки. М.: Икар, 2002.

Бочаров А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 11. Журналистика. №3. 1973.

Вартанова Е.Л. Будущее российских медиа: о необходимости прогнозирования // Век информации. № 2. 2016.

Вартанова Е.Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. № 6. 2015.

Вильчек В.М., Дзялошинский И.М. Журналист и журналистика российской провинции.

Вильчек В.М. Под знаком ТВ. М.: Искусство, 1987; М.: Начала-пресс, 1995.

Вырковский А. В. Анализ процессов в работе новостного журналиста: количественный подход // Медиаскоп (электронный журнал). № 2. 2014.

Гидденс Э. Социология. М.: Едиториал УРСС, 2005.

Горохов В.М. Закономерности публицистического творчества. М.: Мысль, 1975.

Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М.: Знание, 1979.

Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013.

Доктор К. Ньюсономика. Двенадцать трендов, которые изменят новости. М.: Время, 2013.

Дунас Д.В. Антропологический поворот в зарубежных исследованиях СМИ: от концепций о человеке и культуре к новой дисциплине // Этнографическое обозрение. № 4. 2015.

Дунас Д. В. Национальное своеобразие российской школы исследований СМИ: теоретическая направленность диссертаций в период 1991–2010 гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. № 1. 2016.

Дунас Д.В. Влияние антропологического фактора на теорию массовой коммуникации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 1. 2009.

- Дунас Д.В. К антропологической теории рассмотрения медиакommуникации // Медиаскоп (электронный журнал). № 4. 2009.
- Дунас Д.В. От социально-политических к медиаантропологическим исследованиям СМИ // Медиа альманах. № 6. 2009.
- Евстафьев В.А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия: опыт теоретического исследования. М.: ИМА-пресс, 2001.
- Есин Б. И. История русской журналистики (1703–1917). Учебно-методический комплект. М.: Флинта: Наука, 2000.
- Есин Б.И. Путешествие в прошлое: Газетный мир XIX в. М.: Изд-во МГУ, 1983.
- Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
- Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория (при участии издательства Гуманитарного университета), 2004.
- Коломиец В.П. Медиа социология: теория и практика. М.: Аналитический центр Vi. ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014.
- Кристева Ю. Семиотика. Исследование по семианализу. М.: Академический Проект, 2013.
- Культура и пространство. Историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест / под ред. В.К. Мальковой и В.А.Тишкова. Ростов н/Д: ИАЭ РАН – ЮНЦ РАН, 2012.
- Леви-Строс К. Структурная антропология. М.: Эксмо-Пресс, 2001.
- МакКин М. Цифровое перераспределение власти: как технологии изменяют журналистику и журналистское образование // Журналистика на перепутье. Опыт России и США / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: МедиаМир, 2006. С. 125–133.
- Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002.
- Малькова В.К. Этнические аспекты журналистики: из опыта анализа российской прессы. М.: ИЭА РАН – ЕС, 2004.
- Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство: Образы российских республик в Интернете. М.: ИЭА РАН. 2009.
- Медиакратия: современные теории и практики / под ред. А.С. Пуую и С.С. Бодруновой. СПб: Изд-во СПбГУ, 2013.
- Моль А. Социодинамика культуры. М.: ЛКИ, 2008.
- Муратов С.А., Нечай О.Ф. Ракурсы: О телевизионной коммуникации и эстетике. М.: Искусство, 1990.
- Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости: История и конфликты этических представлений. М.: Логос, 2000.
- Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования М.: Книжный дом «Либроком», 2014.
- Новикова А.А. Методы культурологических исследований в журналистике (на примере анализа современных телевизионных программ) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 4. 2011.
- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.
- Саппак В.С. Телевидение и мы. Четыре беседы. М.: Искусство, 1963.

Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналист и его работа: методологические основы и результаты конкретно-социологического исследования. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979.

Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Выпускники факультета журналистики о своей карьере и образовании // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 6. 2003

Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Национальный институт прессы, ВАГРИУС, 1998.

Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. М.: ФАПМК, 2012.

Ученова В.В. Три грани теории журналистики: Гносеологические проблемы публицистики. М.: Аспект Пресс, 2009.

Феномен междисциплинарности в отечественной этнологии / под ред. Г.А. Комаровой. М.: ИЭА РАН, 2016.

Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации. Л.: Наука, 1977.

Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М.: МедиаМир, 2014.

Чумиков А.Н. Медиарилейшнз. М.: Аспект Пресс, 2014.

Юровский А.Я., Борецкий Р.А. Основы телевизионной журналистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1966.

Abu-Lughod L., Larkin B., Ginsburg F. D. (eds.) *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*. Richmond: University of California Press, 2002.

Albarran A., Chan-Olmsted S., Wirth M. (eds) *Handbook of Media Management and Economics*, London, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Albarran A.B. (eds). *Handbook of Media Management and Economics*. London: Taylor & Francis, 2008; Noam E. (ed.) *Who Owns the World's Media? Media Concentration and Ownership around the World*. Oxford: Oxford University Press, 2015.

Aris A. & Bughin J. *Managing Media Companies: Harnessing Creative Value*. 2nd ed. London: Wiley, 2012.

Askew K. & Wilk R. R. (eds.) *The Anthropology of Media: A Reader*. Oxford: Blackwell, 2002.

Berry C., Kim S., Spiegel L. (eds.) *Electronic Elsewheres. Media, Technology and the Experience of Social Space*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010.

Bird S.E. *The Anthropology of News and Journalism. Global Perspectives*. Indiana University Press, 2009.

Boellstorff T. *Coming of age in second life: an anthropologist explores the virtually human*. Princeton: Princeton University Press, 2008.

De Prato G., Sanz E., Simon J.P. (eds) *Digital Media Worlds: The New Economy of Media*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

Dicks B., Mason B., Coffey A., Atkinson P. *Qualitative Research and Hypermedia Ethnography for the Digital Age*. London: Sage, 2005.

Doyle G. 2013. *Understanding Media Economics*. 2d edition. London: Sage, 2013.

Gerbner G., Gross L. & Signorielli N. Cultural indicators. A research project on trends in television content and viewer conceptions of social reality. Philadelphia: The Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania, 1978.

Gillmor D. We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. London: O'Reilly, 2004.

Gladkova A. Cultural Pluralism in Russian Press: Challenges and Prospects of Development // World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. 2013; Gladkova A. The role of television in cultivating the values of pluralism and cultural diversity in children // Psychology in Russia: State of the Art. № 6. 2013.

Gunter B. Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impact. London: Sage, 2000.

Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge: Polity, 1989.

Hall S. Encoding and decoding in the television discourse. University of Birmingham, Center for Contemporary Culture Studies. Stencilled Occ. Pap., No. 7. MediaSer, 1973.

Hallin D. & Mancini P. Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2004.

Hovland C.I., Lumsdaine A.A., Sheffield F.D. Experiments in Mass Communication. Princeton; N. Y: Princeton University Press, 1949.

Keane J. The Media and Democracy. Cambridge: Polity, 1991.

Klapper J. T. The Effects of Mass Communications. N. Y: Free Press, 1960.

Lasswell H. The structure and function of communication in society, in Schramm W. and Roberts D. (eds) The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press, 1948.

Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. N. Y.: Duell, Sloan and Pearce, 1944.

Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. N. Y.: Duell, Sloan and Pearce, 1944.

Lazarsfeld P., Merton R. Mass communication, popular taste and organized social action, in Bryson, L. (ed.) The Communication of Ideas. New York: Harper, 1948.

Lazarsfeld P., Merton R. Mass communication, popular taste and organized social action, in Bryson, L. (ed.) The Communication of Ideas. New York: Harper, 1948.

McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. 5th Edition. London, Sage, 2005.

Mosco V. The Political Economy of Communication. London: Sage, 1996.

Mytton G., Diem P., van Dam P.H. Media Audience Research: A Guide for Professionals 3rd Edition. London: Sage, 2016.

Napoli P. Audience Economics: Media Institutions and the Audience Marketplace. New York: Columbia University Press, 2003.

Nightingale V. (ed) The Handbook of Media Audiences. London: Wiley-Blackwell, 2013.

Nordenstreng K. Media and Democracy: Do We Know What to Do? // Television & New Media. № 1. 2001.

Nordenstreng K. Media and Democracy: What is Really Required? In J. van Cuilenburg & R. van der Wurff (eds.) Media & Open Societies: Cultural, Economic

and Policy Foundations for Media Openness and Diversity in East and West. Amsterdam: Het Spinhuis, 2000.

Peterson M.A. Anthropology and Mass Communication. Media and Myth in the New Millennium. N.Y., Oxford: Berghahn Books, 2003.

Picard R. Media economics. London: Sage, 1989.

Prensky M. Digital natives, digital immigrants // On the Horizon. № 9 (5). 2001.

Prensky M. Digital natives, digital immigrants, part 2: Do they really think differently? // On the Horizon. № 9 (6). 2001.

Robins K. & Webster F. Times of the Technoculture: From the Information Society to the Virtual Life. London: Routledge, 1999.

Rothenbuhler E. W. & Coman M. (eds.) Media Anthropology. London: Sage, 2005.

Tishkov V. Conflicts Start with Words: Fighting Categories in the Chechen Conflict / Facing Ethnic Conflict: Toward a New Realism. Ed. by Andreas Wimmer et al. Bowman & Littlefield Publishers. 2004.

Van Dijk T.A. News as discourse. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1988.

Vartanova E. Digital Divide and the Changing Political / Media Environment of Post-Socialist Europe // Gazette. № 64. 2002.

ОБ АВТОРАХ

Блохин Игорь Николаевич – д.ф.н., профессор кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург).

Вартанова Елена Леонидовна – профессор, декан факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, Зав. кафедрой теории и экономики СМИ.

Громов Дмитрий Вячеславович – д.и.н., ведущий научный сотрудник ЦИМО Института этнологии и антропологии РАН (Москва)

Гурко Александр Викторович – д.и.н., ученый секретарь Центра исследования белорусской культуры, языка и литературы НАН Беларуси, доцент (Минск).

Казурова Наталья Валерьевна – к.и.н., специалист по научно-организационной работе, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН (Петербург).

Кан Валерия Сергеевна – к.и.н., заведующий сектором прикладной социологии, ведущий научный сотрудник Тувинского института гуманитарных и прикладных социально-экономических исследований (Кызыл).

Каранов Дмитрий Павлович – к.и.н., старший преподаватель Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов (Петербург)

Малькова Вера Константиновна – д.и.н., главный научный сотрудник Центра этнополитических исследований Института этнологии и антропологии РАН (Москва).

Назаров Александр Данилович – д.и.н., профессор кафедры общественных связей и медиаполитики журфака ИГСУ РАН-ХиГС, член Комиссии по информационному сопровождению государственной национальной политики Совета при Президенте РФ по межнациональным отношениям (Москва).

Распопова Светлана Леонидовна – к.ф.н., зав. кафедрой журналистики Приднестровского государственного университета им. Т.Г. Шевченко.

Савинова Ольга Николаевна – д.п.н., зав. кафедрой журналистики Нижегородского госуниверситета им. Н.И. Лобачевского (Нижний Новгород).

Сидоров Олег Гаврильевич – к.и.н., зав. Кафедрой журналистики филологического факультета Северо-Восточного Федерального университета им. М.К. Аммосова (г. Якутск).

Снежкова Ирина Анатольевна – к.и.н., старший научный сотрудник ЦИМО Института этнологии и антропологии РАН (Москва)

Стоянова Галина Николаевна – к.и.н., доцент кафедры археологии и этнологии Украины Одесского национального университета имени И.И. Мечникова (Украина).

Тишков Валерий Александрович – академик, д.и.н., научный руководитель Института этнологии и антропологии РАН, зав. Центром этнополитических исследований ИЭА РАН (Москва).

Научное издание

**Антропология медиа:
теория и практика**

*Утверждено к печати
Ученым советом
Института этнологии и антропологии
им. Н.Н. Миклухо-Маклая*

Компьютерная верстка: О.Г. Симонова
Художник Е.В. Орлова

Подписано в печать 17.05.2016.
Формат 60×84 ¹/₁₆. Усл.-печ. л. 19.
Тираж 450 экз. Заказ № 94.

Участок множительной техники
Института этнологии и антропологии РАН
119991 Москва, Ленинский проспект 32А